

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE FILOSOFÍA
DEPARTAMENTO DE FILOSOFÍA DEL DERECHO, MORAL Y
POLÍTICA II



TESIS DOCTORAL

Ética dialógica y responsabilidad social de la empresa

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Óscar Romén Bethencourt Pérez

DIRECTOR

José Miguel Marinas Herrera

Madrid, 2018

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE FILOSOFÍA

Departamento de Filosofía del Derecho, Moral y Política II



TESIS DOCTORAL

Ética Dialógica y Responsabilidad social de la empresa

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

D. Óscar Romén Bethencourt Pérez

Director

Dr. José Miguel Marinas Herrera

Madrid, 2017

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE FILOSOFÍA

DEPARTAMENTO DE FILOSOFÍA DEL DERECHO, MORAL Y

POLÍTICA II

Programa de doctorado: Filosofía Práctica



ÉTICA DIALÓGICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Tesis presentada para la obtención del grado de doctor por la Universidad
Complutense de Madrid

ÓSCAR ROMÉN BETHENCOURT PÉREZ

DIRECTOR: Dr. José Miguel Marinas Herrera

Madrid, 2017

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS.	9
RESUMEN.	11
SUMMARY.	13
INTRODUCCIÓN.	15
I.- Justificación del tema.	15
II.- Objetivos.	17
III.- Estructura.	22
IV.- Metodología.	23

PRIMERA PARTE: Marco teórico

CAPÍTULO I:	
LA BÚSQUEDA DE UNA ÉTICA EMPRESARIAL	29
I.- El problema de la ética empresarial.	30
1.1.- Una cuestión de desconfianza.	30
1.2.- Las soluciones superficiales.	32
1.3.- ¿El empresario como agente ético?	34
1.4.- El verdadero problema de la ética empresarial.	38
II.- Una vuelta hacia la ética.	39
2.1.- El malestar de una sociedad descontextualizada.	40
2.2.- El malestar de una sociedad cansada y decepcionada.	43
2.3.- El retorno a la ética.	46
2.4.- La ética empresarial como ética aplicada.	50
III.-Repensar la ética empresarial.	55
3.1.- El valor de la confianza.	55
3.2.- La prudencia en la toma de decisiones.	56
3.3.- La acción ética empresarial como el hacerse cargo organizacional.	58
3.4.- La empresa y su dimensión social.	59
3.5.- El retorno al papel del líder.	63
3.6.- La empresa como espacio comunitario.	64
3.7.- Las decisiones en conciencia contra el servilismo empresarial.	64
3.8.- La ética empresarial en una sociedad post-convencional.	66
IV.- A modo de conclusión.	67

CAPÍTULO II:	
LA FUNDAMENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ÉTICA EMPRESARIAL	69
I.- Punto de partida.	71
1.1- La ética dialógica en la ética empresarial.	72
1.1.1.- <i>¿Qué es la ética del diálogo?</i>	73

1.1.2.- <i>Los límites de la ética del diálogo.</i>	80
1.1.3.- <i>Un posible lapsus fundamental.</i>	80
1.2.- <i>Otro modo de hacer ética: “La ética de la identidad narrativa”.</i>	84
1.2.1.- <i>La ética narrativa.</i>	84
1.2.2.- <i>Alasdair MacIntyre: “ética de las virtudes”.</i>	86
1.2.3.- <i>Paul Ricoeur: el valor de la ética hermenéutica.</i>	93
1.2.4.- <i>Articulación entre “describir” y “prescribir”. Réplica a la falacia naturalista.</i>	95
1.2.5.- <i>La identidad narrativa.</i>	97
1.2.6.- <i>El actuar humano como “praxis”.</i>	104
1.2.7.- <i>La única salida: “la apertura a la intersubjetividad”.</i>	107
1.2.8.- <i>Recapitulando el camino de la ética dialógica.</i>	120
1.3.- <i>“La pequeña ética” de Ricoeur aplicada a la empresa.</i>	124
1.3.1.- <i>Ética empresarial como ética dialógica.</i>	125
1.3.2.- <i>La ética empresarial en la perspectiva de P. Ricoeur.</i>	127
1.4.- <i>Conclusión.</i>	135
II.- La estructura de la ética empresarial.	136
2.1.- <i>El papel de la ética empresarial.</i>	137
2.1.1.- <i>La ética empresarial como espacio para el consenso</i>	137
2.1.2.- <i>La ética empresarial como lugar de encuentro.</i>	138
2.1.3.- <i>El ámbito de la ética empresarial.</i>	138
2.1.4.- <i>Los fines de la ética empresarial.</i>	142
2.1.5.- <i>La ética empresarial como ética de la administración.</i>	142
2.1.6.- <i>Las claves de la ética empresarial.</i>	143
2.1.7.- <i>La ética empresarial como forma concreta de ética cívica.</i>	144
2.2.- <i>Características fundamentales de la ética empresarial.</i>	145
2.2.1.- <i>Un modelo de ética de la empresa postconvencional.</i>	146
2.2.2.- <i>La rentabilidad ética de la empresa.</i>	147
2.3.- <i>Los valores fundamentales de la ética empresarial.</i>	148
III.- Conclusión.	152

CAPÍTULO III: SOBRE LA RESPONSABILIDAD

I.- Análisis gnoseológico de la responsabilidad.	155
1.1.- <i>Las trayectorias de conceptuales de la responsabilidad.</i>	156
1.1.1.- <i>La necesidad de interpretar las reglas del lenguaje.</i>	157
1.1.2.- <i>Las dificultades del uso de la responsabilidad.</i>	159
1.1.3.- <i>Su origen etimológico.</i>	159
1.1.4.- <i>Arqueología etimológica del término “responder”.</i>	162
1.2.- <i>Genealogía de la responsabilidad.</i>	169
1.2.1.- <i>El tránsito de la responsabilidad en la patrística.</i>	169
1.2.2.- <i>La escolástica: Santo Tomás de Aquino.</i>	170
1.2.3.- <i>Duns Escoto y la navaja de Ockham: la nueva figura moral.</i>	171
1.2.4.- <i>El Luteranismo.</i>	177
1.2.5.- <i>La moral moderna.</i>	179
1.2.7.- <i>La moral laica.</i>	183
1.3.- <i>Resultado de la responsabilidad en el tránsito histórico.</i>	190

1.3.1.- <i>El problema de la responsabilidad en la actualidad.</i>	191
1.3.2.- <i>Recapitulando el camino.</i>	192
II.- El marco ético de la responsabilidad.	194
2.1.- La responsabilidad.	194
2.2.- Las dimensiones de la responsabilidad.	196
2.2.1.- <i>Dimensión intrasubjetiva de la responsabilidad.</i>	198
2.2.2.- <i>Dimensión intersubjetiva de la responsabilidad.</i>	201
2.2.3.- <i>Dimensión colectiva de la responsabilidad.</i>	202
2.3.- El sujeto de la responsabilidad.	203
2.4.- El objeto de la responsabilidad.	204
2.5.- Persona o instancia ante la que se responde.	209
2.6.- ¿De qué actos se es responsable?	212
2.7.- La perspectiva de la responsabilidad ética.	214
2.8.- La prudencia como acontecimiento la acción responsable.	217
III.- La empresa virtuosa como empresa responsable.	219
3.1.- La empresa como sujeto ético social.	220
3.2.- La empresa en la cultura de las organizaciones.	223
IV.- Conclusión.	227

CAPÍTULO IV:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.	235
I.- La estructura de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).	236
1.1.- Arqueología gnoseológica de la RSC.	237
1.1.1.- <i>La RSC, un concepto complejo.</i>	238
1.1.2.- <i>La RSC, un punto de encuentro.</i>	240
1.1.3.- <i>La búsqueda del concepto RSC.</i>	241
1.1.4.- <i>RSC y “Stakeholders”.</i>	243
1.2.- Hacia la definición abierta de la RSC.	244
1.2.1.- <i>La definición equívoca de la RSC.</i>	245
1.2.2.- <i>Las distintas definiciones de RSC.</i>	246
1.2.3.- <i>Mediaciones éticas para aplicar la RSC.</i>	251
1.3.- La Pyme, un ejemplo de modelo de RSC.	255
1.3.1.- <i>La RSC y su aplicación en el desarrollo local.</i>	257
1.3.2.- <i>Pretextos y dificultades de la RSC en la Pyme.</i>	259
1.3.3.- <i>Factores básicos para la estrategia de RSC en la Pyme.</i>	262
1.3.4.- <i>El liderazgo: virtud del empresario responsable.</i>	265
1.4.- Aplicación de la RSC en la Pyme.	267
1.4.1.- <i>Los empleados.</i>	269
1.4.2.- <i>Los clientes y consumidores.</i>	271
1.4.3.- <i>Los proveedores.</i>	273
1.4.4.- <i>La competencia.</i>	275
1.4.5.- <i>El medioambiente y generaciones futuras.</i>	277
1.4.6.- <i>Las administraciones públicas.</i>	279
1.4.7.- <i>El territorio local.</i>	280
II.- Conclusiones finales.	283

SEGUNDA PARTE: Estudio empírico.

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DEL ESTUDIO EMPÍRICO	291
I.- Objetivos de la investigación científica.	292
II.- Justificación metodológica	293
2.1.- Razón de su elección.	294
2.2.- El <i>para qué</i> de la entrevista cualitativa.	298
2.3.- El Sujeto entrevistado.	300
2.4.- Elaboración del discurso.	302
2.5.- Niveles de la entrevista.	303
2.5.1.- <i>Contrato comunicativo.</i>	303
2.5.2.- <i>Interacción verbal.</i>	304
2.5.3.- <i>Universo social de referencia.</i>	305
III.- Cuestionario.	306
IV.- Técnicas e instrumentos.	308
V.- Temporalización y localización.	308
VI.- Conclusión.	309
CAPÍTULO VI: “ANÁLISIS CUALITATIVO”.	311
I.- Naturaleza y conceptualización de la RSC.	312
1.1.- Una posible definición de la RSC.	312
1.2.- La definición uniformizada de la RSC.	323
1.3.- Sentido ético del modelo de empresa responsable.	325
II.- Realidad actual y forma de administración de la RSC.	332
2.1.- Estado actual de la empresa responsable.	332
2.2.- Conveniencias, frenos y dificultades de la empresa responsable.	338
2.3.- El arquetipo de administración y gestión de una empresa responsable.	346
III.- El espacio y el tiempo de la RSC en la empresa.	349
3.1.- Administración de plan estratégico para la aplicación de la RSC.	349
3.2.- El modo estructural o transversal de la RSC.	350
3.3.- Modelos de procedimiento de decisión de la RSC.	351
3.4.- La cultura empresarial de la empresa responsable.	354
IV.- Algunas consideraciones sobre la aplicación de la RSC.	355
4.1.- La naturaleza temporal de la RSC.	355
4.2.- La figura del Líder dentro de la empresa responsable.	357
V.- Desafíos de futuro para la RSC.	361
5.1.- Lugares de actuación.	361
5.2.- Perspectivas de futuro de la RSC en la Pyme.	362
5.3.- Perspectivas de posibilidad de la RSC en la Pyme.	365
VI.- Recomendaciones.	365
6.1.- Exhortaciones para la materialización de una empresa responsable	365
VII.- Conclusión.	368
CONCLUSIÓN FINAL.	372
ANEXO I: FICHA TÉCNICA DE LAS EMPRESAS ENTREVISTADAS.	378
BIBLIOGRAFÍA.	398

AGRADECIMIENTOS

Antes de iniciar la investigación quisiera plasmar en este primer momento mi más profundo agradecimiento a todas las personas que han estado presentes de manera directa o indirecta. Sabe Dios que no ha sido un camino fácil llegar aquí entre tantos sacrificios y momentos de soledad.

Para empezar, quisiera agradecer al que ha sido mi tutor, mi mentor y mi maestro D. José Miguel Marinas Herrera. A él le brindo este trabajo por despertarme en la filosofía ese lugar de curiosidad y de visión humilde de la realidad. Gracias.

En segundo lugar, quisiera dar las gracias a la Fundación Escuela de Organización Industrial (EOI) del Ministerio de Industria y a los veinte empresarios/as que han estado dispuestos/as a ser entrevistados/as. Quiero recalcar su valiosa amabilidad, acogida, apertura y simpatía, así como su honestidad en las conversaciones realizadas. A todos ellos gracias.

En tercer lugar, me gustaría hacer presente a quienes han colaborado en esta investigación con sus correcciones y lecturas concienzudas: Dña. Isabel Mateo, Dña. Yolanda Fernández y D. Juan José Pérez-Soba. Así como la presencia de aquellos que me han apoyado y animado desde el primer momento y han estado presentes: D. Antonio Gutiérrez, Dña. Raquel Tudela, D. Ángel Ramón García, D. Sebastián Martínez, D. Gabriel Morales, Dña. Alejandra Aguilera, la familia Alom-Granero, así como las sugerencias y consejos de Dña. Cristina Santamarina. A todos ellos gracias.

En cuarto lugar, agradecer a quien ha sido mi acompañante, amante y compañera de camino, Dña. Beatriz Martín. Su llegada a la trayectoria de mi camino ha sido un impulso fresco para darle sentido a todo. A ella y a su sonrisa siempre esperanzadora, gracias.

Y en último lugar, y no menos importante, a mi familia. A ellos quisiera que fuera dedicada esta tesis. Su modestia, laboriosidad, sencillez y humildad son las herramientas que me han dado para abrir la brecha en la investigación con la inocencia y la frescura de no pretender nada más que buscar la verdad sin mayores pretensiones en un camino continuo. A ellos, y por ser parte de mi vida, gracias de todo corazón.

RESUMEN

La presente investigación pretende analizar como objetivo principal las claves conceptuales de la responsabilidad para un sujeto actual que se pueda regir a partir de un imperativo ontológico en su acción como un “*hacerse cargo de la realidad*” en el ámbito de aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en España. Para ello nos marcaremos dos caminos. Por un lado, trazaremos un marco teórico que contribuya a impulsar una nueva cultura de sostenibilidad empresarial, abordando la idea de la RSC desde el marco de la ética dialógica de Paul Ricoeur. Durante ese camino diseñaremos un marco conceptual sobre la ética de la empresa para fundamentar el concepto de responsabilidad social como despliegue de una ética que responda a la realidad humana y social. Y, por otro lado, investigaremos la situación real de la RSC en España por medio del discurso de veinte empresarios. Para esta propuesta trabajaremos con un método de investigación teórico-empírico que pueda aunar el marco conceptual de la primera parte para confrontarlo con el análisis de mirada cualitativa de los veinte sujetos que serán entrevistados. De este modo, el marco teórico configurará el universo de la responsabilidad desde un análisis gnoseológico sobre todos los conflictos y debates en los que se encuentra. Nuestra misión será unir todas las partes analizadas para descubrir sus relaciones y características fundamentales sobre la idea de la responsabilidad como un complemento moral (ética) de la naturaleza ontológica (ser) de nuestro ser temporales (tiempo).

En la segunda parte contaremos con la herramienta de “*la entrevista cualitativa*” (o enfoque cualitativo). Su procedimiento estará estructurado del siguiente modo:

- (1) *Análisis de datos secundarios*. Elaboraremos un marco conceptual ético-filosófico, así como una descripción de la realidad normativa y las experiencias de buenas prácticas de la aplicación de la RSC en España.
- (2) *Trabajo de campo*. Seleccionaremos veinte empresas que posean un claro ejercicio de la RSC como compromiso económico-social-medioambiental hacia sus grupos de interés.
- (3) *Diseño*. La guía de la entrevista será de enfoque cualitativo. Nos ayudará a orientar la conversación sobre las claves motivadoras y desmotivadoras ante la RSC. Sus preguntas serán de *tipo prueba-hipotética*.
- (4) *Recopilación* de respuestas a partir de la entrevista cualitativa.

(5) *Análisis y vuelco de la información recopilada.*

(6) *Realización de un informe* que recoja de forma didáctica los consejos y/o valores que han expresado los sujetos entrevistados.

Como conclusiones de esta esta investigación podríamos destacar los siguientes apartados:

En primer lugar, hemos visto oportuno proponer un escenario ético para una clase de ética empresarial. De ahí que nuestra propuesta se encamine hacia la presentación de un esquema ético-dialógico recomendable.

En segundo lugar, nuestro camino encontrará comodidad en la línea propuesta por Paul Ricoeur sobre lo que llamaremos “*la pequeña ética*”, ya que se fundamenta en la aptitud de reconocernos capaces de “*dar cuenta narrativamente*”. Ésta será la idea esencial de responsabilidad que habitará en toda nuestra investigación.

En tercer lugar, la idea de la pequeña ética la escenificaremos dentro de la propuesta de la ética dialógica, o ética del diálogo.

En cuarto lugar, nuestro abordaje a la responsabilidad partirá del estudio realizado por Paul Ricoeur desde su lectura de antropología filosófica y hermenéutica. Esta propuesta nos permitirá ver el concepto de responsabilidad como *phrónesis* en sentido puramente aristotélico.

Y en quinto lugar, todo lo anterior nos llevará a interesantes conclusiones sobre el universo actual de la RSC en España como un concepto que nos abre camino. Nuestra exposición intuye un posible camino hacia una nueva forma de hacer la economía desde parámetros más dialógicos y responsables.

SUMMARY

This research aims to analyse, as its main objective, the key concepts of responsibility within the current subject, which can govern from an ontological imperative its action as "dealing with the reality" within the scope of the Corporate Social Responsibility (CSR) in Spain. To do this we will explore two avenues. On the one hand, drawing a theoretical framework that contributes to promoting a new culture of sustainable business, addressing the idea of CSR from within the framework of the Dialogic ethics of Paul Ricoeur. During that process we will design a conceptual framework around the ethics of a company when substantiating the concept of social responsibility as deployment of an ethics that responds to its human and social reality. And on the other hand, we will investigate the current situation of CSR in Spain through the testimony of 20 entrepreneurs.

For this proposal we will work with the theoretical-empiric method of research that will combine the conceptual framework from the first part of the proposal in order to confront it with the analysis of the qualitative view of the twenty subjects interviewed. Thus, the theoretical framework will set up the world of responsibility from an epistemological analysis of all the conflicts and debates in which is located. Our mission will be join all the parts analysed in order to discover the relationship between the two, and feature fundamentals on the idea of the responsibility as a moral complement (ethics) of the ontological nature (being) of our temporary being (time).

In the second part we will use the "the qualitative interview" tool (or qualitative approach). The procedure will be structured in the following mode:

1. *Secondary data analysis.* Develop a conceptual ethical-philosophical framework, as well as a description of the normative reality, and the experiences of good practices of the application of the CSR in Spain.
2. *Field work.* We will select twenty companies possessing a clear practice of CSR as a commitment to socio-economic-environmental for its stakeholders.
3. *Design.* The trajectory of the interview will be in "qualitative focus". This will help to guide the conversation towards the key motivating and demotivating factors around RSC. The questions will be hypothetical-test type.
4. *Compilation of answers from the qualitative interviews.*
5. *Analysis* and turning over of the information collected.

6. *Realisation of a report* that collects the advice and/or values that the subjects interviewed have expressed.

As a final conclusion to this research, we could highlight the following sections. *Firstly*, it is an opportune moment to propose an ethical scenario for a class of business ethics. Hence our proposal is routed towards the presentation of a recommended “Ethical-Dialogic” scheme. *Secondly*, our road will find comfort in the line proposed by Paul Ricoeur on what we will call “*the small ethics*” (*petite etique*), since it is based in the propriety of recognizing that we are capable of “realising”. This will be the essential idea of responsibility that dwells in all our research. *Thirdly*, we will show the idea of “*small ethics*” within the proposal of the dialogical ethics, or ethics of dialogue. *Fourthly*, our approach to liability will depart from the study made by Paul Ricoeur, from his reading of philosophical and hermeneutical anthropology. This proposal will allow us to see the concept of responsibility as *phronesis* in the purely Aristotelian sense. *Finally*, the previous will lead to interesting conclusions on the current world of CSR in Spain as a concept that opens us towards hope. Our discovery senses a possible path toward a new way of doing business with more Dialogic and responsible parameters.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es una reivindicación filosófica y nada ingenua de un tema que a lo largo de nuestra vida se ha tornado en fundamental. Nuestra historia de vida y educación sobre la responsabilidad nos ha llevado justamente a entender este término como sinónimo de obligación. De ahí, que la justificación de esta tesis doctoral no sea otra cosa que la búsqueda intelectual de una cuestión moral que nos ha perseguido y nos seguirá persiguiendo en el transcurso de la vida. Por tanto, como cuestión fundamental, la idea de esta tesis es una forma de dar vida y seriedad intelectual a un término que desgraciadamente se ha mancillado y que se torna como posible.

I.- JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El término responsabilidad, si bien sigue usándose con frecuencia en nuestro lenguaje común, denota hoy un valor cuya dimensión ética, en gran parte, ha perdido vigencia. Expresiones tales como: *“eres un irresponsable”*, *“tienes que eludir responsabilidades”*, *“la responsabilidad política”*, *“el alumno responsable”*, *“paternidad responsable”*, *“responsabilidad ambiental”*,... son a día de hoy voces que no se corresponden con la verdadera validez moral del término. Para ello, hemos visto oportuno esforzarnos en analizar este concepto con el fin de comprender mejor la importancia de su rescate y el valor beneficioso para nuestras sociedades democráticas occidentales.

Con el fin de alcanzar esta finalidad, tendríamos que contemplar los distintos aspectos por lo que la responsabilidad es designada. Veamos algunos de ellos:

1. Sobre el titular de la responsabilidad: *“¿Quién responde?”* El titular de la responsabilidad puede ser una persona natural, una persona jurídica, una organización, una institución, un grupo de personas, incluso la sociedad.
2. Sobre la acción u omisión de una acción: *“¿Qué acción genera la responsabilidad?”*
3. Sobre las consecuencias de la acción: *“¿Cuáles son las consecuencias previsibles y no previsibles de la acción o de su omisión que generan responsabilidad?”* Las consecuencias pueden ser materiales, morales o intelectuales.

4. Sobre su carácter y criterio prescriptivo: “¿*En qué norma se basa la responsabilidad?*” La norma puede ser jurídica, ética o bien un valor.
5. Sobre la instancia que despliega la responsabilidad: “¿*Ante qué instancia(s) responde el actor de las de su acto?*” Tales instancias pueden ser Dios, la conciencia de uno, la ley, personas naturales investidas de autoridad formal o que representan una autoridad moral, órganos colegiados, personas allegadas (parientes, compañeros de trabajo, amigos, etc.), la sociedad, una empresa, la naturaleza,...
6. Sobre el tiempo de la responsabilidad: “¿*La responsabilidad se genera antes o después de la acción?*”, “¿*hasta dónde puedo ser responsable en el presente de algo que hice en mi pasado?*”, ¿*puedo ser responsable del futuro de las nuevas generaciones?*”
7. Sobre la modalidad de la responsabilidad: “¿*La responsabilidad se genera de modo activo o pasivo?*”
8. Sobre el sentido o conciencia de la responsabilidad: “¿*El titular de la responsabilidad la discierne (cognoscitivamente), la siente (vivencialmente), y la asume de facto como valor moral?*” Señala el sentido de la responsabilidad como la contribución de un valor, que no puede enseñarse sino que se desarrolla en los dominios cognoscitivo, vivencial y accional.

Sin embargo, esta idea y estas preguntas sobre la responsabilidad se quedan en el mero paraíso filosófico, ya que sobre esta cuestión no existe nadie que de manera unánime dé una respuesta al actual escenario político-económico y social en el que vivimos. Para este fin nos hemos propuesto, aunque a sabiendas de las dificultades que ello conllevará, darle una expresión práctica al tema de la responsabilidad para entender de manera teórica este tema desde el plano práctico que nos ofrece la empresa para darle solidez al concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

En efecto, nuestra pretensión será la de construir una estructura filosófica y analítica a la realidad de la ética empresarial en el universo de las Pymes. No aspiramos, y esta será nuestra primera advertencia, a que sea un manual de ética empresarial, ni mucho menos una guía práctico-teórica de RSC. Al contrario, nuestro fin será dar luz al debate y a la investigación desde una reivindicación nada desdeñable para abrir un camino en una cuestión que en España está estancada.

Téngase en cuenta que el texto siguiente posee una parte de su estructura en el libro que ha sido publicado por el autor de esta investigación¹. En aquella publicación el objetivo de estudio era la búsqueda de las motivaciones y frenos que mueven a un directivo de empresa a crear un espacio abierto hacia el compromiso socialmente responsable. En cierto modo, aquel texto intentaba ser un estudio que abriese camino para diagnosticar en qué grado de compromiso se encuentran las empresas españolas y ver en qué medida, en términos estratégicos, tiene garantías o no una empresa socialmente responsable. Para el caso que nos ocupa, en el presente texto hemos tomado una parte de aquella investigación con una justificación que no tiene nada que ver con la anterior, ya que nuestro objetivo es comprender y desplazar del paraíso filosófico y especulativo el concepto de responsabilidad y ponerlo a prueba en la realidad del mundo empresarial.

II.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

La empresa es una realidad compleja que no puede ser asimilada únicamente como una entidad con patrimonio rentable desde las aportaciones de personas físicas o jurídicas. Para que sea abordada de manera global es importante considerar su complejidad desde una clave ética para reflexionar sobre la misma.

La intención que nos proponemos es partir de la concepción de la empresa como un enlace de relación y cooperación económica con capacidad de establecer vínculos de reciprocidad tanto en el universo social como mercantil. Para ello, nuestro punto de partida será una valoración muy positiva de la naturaleza y potencialidad ética de la empresa para descubrir cómo se convierte en una realidad íntegra, con contenidos que puedan dar frutos y que sean capaces de ser, no sólo aplicables en términos de bienestar económico, sino de contribución a los proyectos legítimos de las personas y a la humanización de la sociedad.

Recordemos que desde la crisis económico-financiera que comenzó de modo global al inicio de 2008, como una de las más profundas y radicales en estos últimos setenta años en la historia de la humanidad, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se convierte en un referente ético que puede dar respuestas concretas y esperanzadoras. Recordemos que tal crisis se establece en una dinámica intrínseca de

¹ Bethencourt Pérez, O.R. (2015): *Motivaciones, directivos y RSC*, Madrid, Fundación EOI.

los ciclos de negocios del capitalismo más radical y que ha manifestado, y se sigue manifestando, en las prácticas y actitudes que no acompañan necesariamente a la economía de mercado, sino que incluso la han llegado a pervertir. Todas ellas han sido replicadas y vociferadas ante la opinión pública y las fuerzas sociales para ser calificadas como decisiones que abren el debate en torno al débil papel que desempeña la ética en un momento de crisis.

Ante tal panorama, la ética empresarial ha sido desde la década de los años 50 un tema que ha tenido contenido y respuesta propia ante la ética de los negocios. De ese modo se ha derivado en la creación y desarrollo de un concepto que ha tomado cuerpo en estas últimas décadas. Sin embargo, más allá de los parámetros a los que quisiéramos adherirnos, es evidente que - partiendo desde una perspectiva ética- el objeto de esta investigación no desea únicamente centrarse en el universo de la empresa, sino en *qué* clase de modelo ético y en *qué* clase de visión sobre la responsabilidad deseamos para nuestras futuras generaciones.

Para ello, partimos de la idea ética que nos ofrece el filósofo francés, Paul Ricoeur. Su filosofía de corte fenomenológico-hermenéutico se nos convierte en una herramienta de importante validez, a pesar de sus limitaciones, para abordar la cuestión de la responsabilidad y su practicidad en la idea de la Responsabilidad Social Corporativa.

De ahí, que veamos la idea de la responsabilidad desde una perspectiva descriptiva entendiéndola como el complemento moral de *“hacerse cargo”* o *“dar cuenta de la realidad”*. Esta significación de la responsabilidad repercute a que la empresa reconozca haber adquirido poder para influir sobre la respuesta a la verdadera pregunta, tanto desde un nivel teórico como práctico, puesto que por el poder nos viene la responsabilidad. Cargar con la realidad significa enaltecer nuestro poder de tomar decisiones que afectan a los demás. *“Hacerse cargo”* evoca la simpatía con la que comprendemos los problemas de los demás, puesto que nos ponemos en el lugar del otro e intentamos compaginar nuestros propios fines con el respeto que les debemos. Este hacerse cargo aludiría entonces a reconocer en los afectados una categoría humana, una dignidad y unos derechos que no los reduce a simple medios al servicio de los intereses de la organización. Por tanto, hablar de hacerse cargo o encargarnos de la realidad como una toma de decisión es subrayar los efectos positivos de nuestra acción y nuestra voluntad de conseguir determinados objetivos.

Somos conscientes que la crisis actual en la que estamos imbuidos ha dejado al descubierto innumerables fallos en las diversas áreas del mundo empresarial, incluso en sectores como el financiero e inmobiliario. De ahí, que hablar de ética en el universo empresarial, se convierta en un tema escéptico y desacreditado acerca de lo que es posible lograr a través del compromiso ético de la empresa y sus gerentes. Incluso, nos atreveríamos a afirmar, que tal escepticismo lleva a una fría actitud cínica cuando se intenta reflexionar que el Estado no puede controlar a las grandes corporaciones porque en realidad la clase política se encuentra a la servidumbre de éstas. La financiación de los partidos, la corrupción administrativa, las puertas giratorias del sector público al sector privado, así como muchas otras malas prácticas, crean una serie de vínculos que hacen compleja la acción del Estado en el pronunciamiento de leyes necesarias y su aplicación por igual.

Sin embargo, es preciso intentar sobreponerse y dejar la crítica y el análisis de esta realidad ético-social para intentar remediar la realidad con verdadera responsabilidad ante el escepticismo y el cinismo que circula como *modus operandi*. ¿Cuál sería nuestra propuesta teórica? Crear líneas que posibiliten un compromiso ético de la empresa y sus directivos para que puedan reconocer el poder que han asumido en el nuevo orden económico y las obligaciones morales que conlleva.

Reconocemos que es un tema del que se abren muchos puntos de investigación. Nuestra propuesta quiere ser entendida desde el ámbito de la responsabilidad por parte del papel que desempeñan los directivos de la empresa respecto al tema de la RSC. Y centraremos nuestra atención en la figura del directivo de empresa como el individuo más capacitado para la consecución de una sana RSC, ya que es el que debe poseer aptitudes para el alcance de los objetivos de la organización, aplicando el saber a la producción de resultados. Sus cualidades son, en coordinación con el tipo de organización que dirige, el saber actuar con agilidad, la capacidad de proyectar e ilusionar con sus proyectos, la habilidad para colocar a los miembros de la empresa en el lugar oportuno, la imaginación, la capacidad de innovar para mejor adaptarse a una realidad social siempre cambiante, contando siempre con el recurso por excelencia: el recurso humano.

Desde este marco de referencia nos surgen innumerables preguntas que abren camino en el recorrido de esta investigación: ¿existe algún tipo de ética en lo que concierne a la acción de la empresa?, ¿es posible adherirnos a algún tipo de modelo

ético para tratar el tema de la ética empresarial?, ¿se puede hablar de ética aplicada sin dejar por el camino la idea de una ética fundamental?, ¿qué clase de visión sobre la responsabilidad es lícita para tratar esta cuestión?, ¿qué clase de RSC es adecuada para el despliegue del potencial de los directivos medios y los trabajadores en cada nivel de la organización? O sencillamente ¿esta RSC está basada en un marcado paternalismo empresarial?, ¿es capaz la empresa de contemplarse a sí misma como sujeto de responsabilidad?, ¿tiene el empresario con su autoridad la responsabilidad en cada puesto, de manera que no haya posiciones destinadas al fracaso de quien las ocupe?, ¿evita el directivo de empresa conflictos estructurales de interés que podrían a ciertos empleados ante continuos dilemas éticos?, ¿organiza el flujo de información de manera que cada trabajador pueda contar con los datos necesarios y oportunos para contribuir eficazmente a la misión común, facilitando así que cada uno pueda identificarse y realizarse en ella desde su posición?, ¿elimina de entrada las alternativas moralmente impresentables, como aquellas que puedan violar los derechos morales de otros, o por el contrario las evade preguntándose por su rentabilidad? ¿Se preocupa por el impacto total de su acción sobre la sociedad, o solo cuenta con los resultados gananciales?, ¿mira de manera exclusiva por los ingresos de la empresa en el ejercicio corriente, o valora también la consecución de puntos de equilibrio de largo plazo entre los grupos de interés (*stakeholders*)?, ¿qué tipo de sociedad se quiere plantear?, ¿cuál es el modelo de vida en común que se considera más humano y al que se quiere contribuir con la actividad productiva? ¿Cuáles serían las motivaciones ante las cuales es factible –no tanto en términos utilitarios, sino integrales- una RSC?, ¿qué sucede cuando la empresa gana menos dinero o se ve en apuros, como suele ser en tiempos de crisis económica, general o sectorial?, ¿cuál es el rol que debe desempeñar un directivo de empresa cuando -al amparo de la RSC- debe de reducir su plantilla de empleados, externalizar o vender parte del negocio, deslocalizar la producción, o cobrar a deudores de familias humildes que no pueden costearse tan crédito porque están afectadas por la crisis,...?

Éstas y algunas otras preguntas de apariencia técnica, pero de hondo calado ético, serán las que entrarán en este estudio con el objetivo de encontrar, a partir de la información que recogeremos por parte de directivos de empresa, algunas líneas comunes que nos lleven a descubrir el sentido de una coherente visión de RSC para el momento actual.

2.1.- Objetivo general

La presente investigación intentará analizar arqueológicamente las claves de una verdadera responsabilidad a partir de un modelo filosófico basado en la ética riqueriana para un sujeto actual que se pueda regir y se fundamente desde un imperativo epistemológico en su acción como un *“hacerse cargo de la realidad”* en el ámbito de aplicación de la RSC en España.

2.2.- Objetivo principal

1. Contribuir con un estudio que impulse hacia una nueva cultura de responsabilidad empresarial que aborde aspectos económicos, sociales y ambientales, específicamente abordando el tratamiento de la RSC en el ámbito de la actividad de la empresa española a partir del marco ético de Paul Ricoeur.
2. Analizar algunas entidades de referencia de Economía Social para tratar de elaborar un marco teórico de buenas prácticas a partir del análisis de la situación real de la RSC en España.

2.3.- Objetivos específicos

- Análisis de un marco conceptual sobre la ética de la empresa donde fundamentar una forma de comprender el concepto de responsabilidad como despliegue de una ética que responda a la realidad humana y social, como consecuencia de su propia esencia.
- Síntesis, recepción de las claves que nos habrá dado el análisis teórico y propuesta de una responsabilidad como complemento moral de la naturaleza ontológica de nuestro ser temporales.
- Comprensión del establecimiento de una ética capaz de ser aplicada en la ética empresarial desde su expresión más inmediata a partir de la RSC en el ámbito de la empresa española (marco normativo, enfoques, iniciativas innovadoras,...).
- Análisis y desarrollo gnoseológico de las claves intrínsecas y fundamentales de la RSC (implicaciones, códigos institucionales, cultura empresarial, lazos de unión, grupos de interés,...).
- Creación de líneas que posibiliten un compromiso ético de la empresa y sus directivos para que puedan reconocer el poder que han asumido en el nuevo orden económico y las obligaciones morales que conlleva.

- Confección de un estudio descriptivo sobre las experiencias de los sujetos entrevistados vinculados con la RSC seleccionadas por su compromiso social e interés en virtud del análisis efectuado en el punto anterior.
- Aprendizajes y recomendaciones a partir de estas expectativas.
- Exposición de las líneas comunes, desde una mirada o enfoque cualitativo, a partir de la recopilación de los datos de veinte encuestados de veinte empresas española a partir de veinte preguntas que serán planteadas en respuesta a las motivaciones y temores de los mismos ante la RSC.

III.- ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo se distribuye en dos partes bien diferenciadas. Por un lado, el primer bloque será un *marco teórico* que se estructura en tres capítulos. Para el primer capítulo intentaremos poner en escena el problema de la ética empresarial y su actual papel en el mundo empresarial. Visualizaremos su estado actual y daremos algunas razones que apuntan maneras. Con ese encuadre tantearemos puntos susceptibles para poner los cimientos concretos de lo que en el segundo capítulo trabajaremos con radical importancia: “la fundamentación de la ética empresarial”.

En el segundo capítulo buscaremos algunas de las razones que nos pueden ayudar a encontrar una “percha”, o estatuto epistemológico, a partir de razones que nos hagan volver a la necesidad por la confianza y la toma de decisiones a largo plazo. Para ello, contaremos con lo que el filósofo francés Paul Ricoeur llama “*la pequeña ética*” (*petite éthique*), pasando por la propuesta de los representantes más destacados de la ética dialógica (J. Habermas y K.O. Apel). Nuestra intención será comprender que la ética empresarial es una forma de ética aplicada que tiene como objeto descubrir y aplicar aquellos valores y normas que sean compartidos por todos los involucrados dentro del espacio de la empresa como modelo comunitario en un contexto de sociedad postconvencional.

El tercer capítulo procurará descubrir el término responsabilidad y su problemática polisémica. De ahí, que este capítulo aspire hacia una arqueología conceptual del mismo. La idea de indagar por los caminos de la responsabilidad se convierte en una llamada hacia el análisis sobre cuestiones tan elementales como su contenido específico, sus reglas y sus límites sobre el uso que se hace tanto en la

filosofía, el derecho, la moral y el lenguaje ordinario. Este análisis sobre los diversos usos de la responsabilidad nos será de gran ayuda para dar cuenta del específico modo en que se comprende y nos permitirá desvelar sus presupuestos, elementos y funciones, fundamentalmente en el tema que nos ocupa: la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Para ello, este capítulo se dividirá en dos partes. Para la primera haremos un breve recorrido gnoseológico del concepto, sus dificultades y un breve esbozo histórico de su desarrollo. Y para la segunda, entraremos de lleno en las cuestiones de la responsabilidad, sus límites, dimensiones, definición, aproximación y objetos.

Desarrolladas las claves ético-filosóficas, en el capítulo cuarto plantearemos algunas líneas de análisis respecto al universo de la RSC, qué significa y cuáles son sus debates actuales. En ese camino daremos un giro para observar el papel que desempeña la RSC en la Pyme española.

Y para el segundo bloque presentaremos un *estudio empírico* que intentará contrastar lo analizado anteriormente para alcanzar algunas conclusiones respecto a la Pyme española socialmente responsable. Esta parte se divide en dos capítulos. El primero tendrá como objetivo exponer el método que vamos a emplear justificando nuestra elección de un análisis de “mirada o enfoque cualitativo”. Y para el segundo, expondremos un discurso *co-construido* a partir de los diferentes alegatos de 20 agentes éticos entrevistados y averiguar qué les motiva y qué les aplaca respecto a su elección por la RSC.

Queremos advertir que nuestra misión para esta segunda parte de la investigación será unificar esos discursos en un texto sistematizado y *a-personal* con una estructura propia que intente responder con coherencia a la metodología expuesta. La herramienta que usaremos será de “mirada cualitativa” e intentará localizar las dinámicas lingüísticas que nos ayuden a profundizar desde claves democráticas, de tolerancia y de *antitotalitarismos* a partir del significado motivacional de la RSC en el directivo de la pequeña y mediana empresa.

IV.- METODOLOGÍA

Ambicionamos para esta investigación dos parámetros metodológicos. Por un lado, el método previsto para la primera parte estará determinado a partir de un procedimiento teórico sobre el universo de la responsabilidad desde un concienzudo análisis y arqueología gnoseológica sobre todos los conflictos y debates en los que se

vertebra el concepto mismo. A partir de este análisis iremos uniendo todas las partes analizadas para revelar sus relaciones esenciales y características sobre una idea de la responsabilidad como complemento moral (ética) de la naturaleza ontológica (ser) de un sujeto que actúa (acción) dentro de espacio temporal (tiempo).

Y por otro, a partir de esta inversión ético-filosófica, propondremos un estudio empírico (de metodología sociológica) para construir un discurso unificado que nace de 20 sujetos que han estado dispuestos a realizar una entrevista sobre sus motivaciones y frenos respecto a la RSC.

Para ejecutar esta operación se llevarán a cabo las siguientes actividades, empleando una metodología teórico-empírica en el uso de la entrevista cualitativa:

1. *Análisis de datos secundarios*. Elaboración del marco conceptual ético-filosófico, así como descripción de la realidad normativa y la derivada de las experiencias de buenas prácticas de la aplicación de la RSC en España.
2. *Trabajo de campo*.
 - a. La selección de las empresas a entrevistar serán aquellas, fundamentalmente Pymes, que tengan un claro ejercicio de la RSC como compromiso económico-social-medioambiental hacia sus grupos de interés (clientes, empleados, directivos, accionistas/propietarios,...) en cualesquiera de los sectores en los que esté implicada. Nuestro punto de interés se focalizará en la intensidad de su compromiso concreto.
 - b. La selección de 20 los sujetos entrevistados será la que el investigador disponga a partir del mapa empresarial que irá seleccionando conforme a su búsqueda.
3. *Diseño de la guía de entrevistas (entrevista cualitativa)*:
 - a. Uso de entrevista *cualitativa de tipo enfocada* como herramienta para orientar la conversación hacia el encuentro de claves que sean motivadoras y desmotivadoras sobre la RSC a partir de preguntas estándar (20 preguntas).
 - b. Uso de preguntas abiertas de:
 - i. *tipo prueba*: preguntas que ahonden en las respuestas del entrevistador para llegar al fondo de sus actitudes y motivaciones respecto al compromiso (o responsabilidad) de su empresa respecto a sus grupos de interés.

- ii. *tipo hipotética*: preguntas, que bajo el amparo de la reflexión ética, puedan dar luces sobre sus valores y forma de pensar intrínseca.
- c. Estructura de las preguntas:
 - i. Se preguntará sobre la intención ética que vertebra la determinación del compromiso social al que está implicada la empresa.
 - ii. Determinación de creencias y aplicaciones concretas en la praxis diaria de la empresa para descubrir aquello que se cree que son los hechos.
 - iii. Descubrimiento de normas de reacción y compromiso legal que ha descubierto la organización:
 - 1. *Criterio ético* (aquello que debe de hacerse).
 - 2. *Criterio práctico* (aquello que es posible hacer).
 - iv. Contenido dirigido hacia la pregunta sobre el presente y/o pasado y la inclusión de un pensamiento ético a la luz para su rentabilidad.
- 4. *Recopilación* de respuestas a partir de la entrevista cualitativa.
- 5. *Análisis* y vuelco de la información recopilada.
- 6. *Realización de un informe* que recoja de forma didáctica los consejos y/o valores empresariales que ha expresado el sujeto entrevistado.

PRIMERA PARTE:

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I:

“EN BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EMPRESARIAL”

El año 2007 fue el inicio de la crisis económico-financiera más profunda y sangrante de estas últimas siete décadas. Tal vez sea, para los futuros manuales de historia, una época que se estudiará a partir de un contexto marcado y fragmentado por un sistema económico que afectó al todo social. Su raíz radicó en una dinámica intrínseca de negocios que, acompañado de malas prácticas, suscitaron la perversión en las leyes de mercado hasta el punto de cosificar conceptos que hoy nos acompañan en nuestra vida diaria. Todas estas malas prácticas fueron caldo de cultivo para la sensibilización de una opinión pública que se ha manifestado en plena desconfianza ante la empresa.

De esta situación, la pretensión de este capítulo será realizar un análisis de la realidad de la ética empresarial. Deseamos comprenderla como una ética aplicada autorizada para aportar y definir la pregunta fundamental: “¿qué clase de sociedad queremos construir juntos?”, “¿cómo debemos actuar a partir de esta situación?” Al asumir esta responsabilidad por esta pregunta fundamental queremos reconocer a la empresa con un poder que da respuesta a la realidad social, tanto desde el plano de las ideas como del práctico.

Al vivir dentro de un contexto de verdadera incertidumbre es preciso sobreponerse tanto al primer escepticismo, o falta de confianza, que entiende la misma empresa respecto a la posibilidad de un compromiso ético, como a la cínica desconfianza que le mueve a la opinión pública respecto a la empresa y su potencial. Ello requiere de nosotros que podamos ver a la empresa y a sus directivos como agentes éticos con capacidad de hacer real la dimensión ética de su propia actividad, para que puedan reconocer el poder que han adquirido en el nuevo orden económico y las obligaciones morales que conlleva.

De este modo, el presente capítulo lo hemos diseñado en tres partes que puedan ayudar a ver el problema y repensar de nuevo la idea de la ética empresarial. Para la primera, intentaremos mostrar algunas de las cuestiones que han generado desconfianza del empresario ante la ética y la desconfianza de la ética respecto a la empresa. En ese camino mostraremos sus causas fundamentales para entender las dificultades por las que se mueve esta complejidad. En la segunda parte nos preguntaremos por qué necesitamos

volver a la ética. Entendemos que la vuelta hacia la pregunta por la ética es fundamental para plantear el problema de la ética empresarial. Y en la tercera parte de este capítulo daremos algunos indicios que nos podrían ayudar a repensar la ética empresarial desde una perspectiva mucho más humana y humanizante.

I.- EL PROBLEMA DE LA ÉTICA EMPRESARIAL

La disociación entre ética y empresa son realidades que *a priori* parecen irreconciliables. Su relación más que de complementariedad ha acabado en una relación de indiferencia. Desgraciadamente, la desconfianza, las decisiones inmaduras y poco prudentes, así como las malas prácticas de un empresario que no se comprende como agente ético han llevado a que la ética empresarial sea una de las realidades de la ética aplicada que menos vigencia poseen en la actualidad. Analicemos brevemente algunas de las situaciones que han llevado al problema de la ética empresarial.

1.1.- Una cuestión de desconfianza

La primera pregunta que nos hacemos al abordar el tema de la ética de la empresa es ¿por qué hablar de ética cuando lo que importan son los resultados? Véase que la primera advertencia es la desconfianza que manifiesta el empresario hacia la ética. Efectivamente, no es de extrañar que los profesionales del universo de la empresa vean con reticencia y escepticismo cualquier tipo de relación con la ética, puesto que lo que prima es la regla de oro del mundo de los negocios: *“Lo importante es hacer ganancias, todo lo demás da igual”*.

En una sociedad sin ética es posible realizar negocios junto con prácticas como el mentir, el robar, el hacer trampa, el desconfiar y el velar por el interés personal. Debido a que los negocios no pueden sobrevivir sin ética, es la defensa de los intereses de los negocios la que promueve el comportamiento ético, tanto entre sus miembros como dentro de la sociedad que lo rodea².

¿Cuáles podrían ser las razones que nos han llevado a esta clase de desconfianza entre ética y empresa? Veamos algunas que nos parecen fundamentales:

² Véase, en: Cyert, M. – March, J.G. (1963): *A Behavioral theory of the firm*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall; Kaufman, H. (1964): “Organization Theory and Political Theory”, *The American Political Science Review*, 58 (1), pp. 5-14.

(1) La primera motivación de desconfianza es que para hacer negocios es necesario dejar de lado la idea sobre la ética común y tradicional. La empresa tradicional ha entendido que posee una capacidad autónoma que le da cobertura para emanciparse respecto a cualquier tipo alternativa moral. Esto nos demuestra, aunque no abiertamente, que aquel que desee realizar negocios no está en la obligación de actuar conforme a ninguna reflexión ética, sino a la maximización de beneficios en términos de plusvalía.

(2) Otro motivo más para esta desconfianza, y unida a la anterior, sobresale de la defensa de que el orden jurídico es suficiente, abastecedor y sobresaliente para la regulación del funcionamiento de la actividad empresarial. Tal obsesión ha llevado a una *hiperjudificación* del ámbito empresarial acentuada por la rigidez que caracteriza a nuestras empresas.

De este modo de hacer empresa descubrimos que el Derecho, aunque necesario para el universo de la empresa, es también insuficiente. La solución jurídica siempre es cara, lenta, y, en ocasiones, ineficaz. Incluso, hasta podríamos afirmar que injusta, puesto que el cumplimiento de la ley es la primera condición para una actuación ética, pero sólo como punto de partida, no como ideal, ya que conocemos muchas actuaciones legales de las que no dudaríamos en denominar inmorales. Y ahí es donde la ética se desmarca del marco legal, porque se dirige a la *auto-obligación* y al convencimiento de que las cosas se pueden hacer de otro modo³.

(3) Otra razón de separación entre la ética y la empresa tiene que ver con la generalización de malas prácticas empresariales que han generado al escándalo suficiente como para remover la conciencia de la opinión pública. Tal susceptibilidad de la sociedad debe tomarse justamente como lo que es: reclamos ante la necesidad y demanda de una nueva y mejor práctica empresarial. Es decir, un reclamo a la recuperación de la confianza.

(4) Y por último, la empresa vista desde un modelo capitalista tradicional, es decir como aquella que se presta a buscar en su propio fin toda la atención en la maximización de beneficios en términos de plusvalía, se ve a sí misma como la autorizada a formular acciones que puedan estar justificadas desde aquel fin

³ Cf. García-Marzá, D. (1996): "Los códigos éticos en la empresa", en: García-Marzá, D., comp., *La ética como instrumento de gestión empresarial*, Publicacions de la Universitat Jaume I, pp. 16-17.

(maximización de beneficios) a cualquier precio. De ahí, que su máxima se despliega únicamente en la cuenta de resultados beneficiosos.

Por tanto, de estas cuatro motivaciones expuestas el resultado es la presencia de la ética en el mundo empresarial y de los negocios como una sobria orientación para presentar unos mínimos estables. Ese papel de la ética en la empresa se personifica en un simple cumplimiento de la legalidad y en un ajuste a las leyes de mercado: “orientación de mínimos”. De este modo, el objetivo de la empresa se ordena únicamente hacia acciones que lleven a la búsqueda de mayor rentabilidad económica y sus mecanismos en el mercado se potencian en la preocupación social por facilitar leyes adecuadas para prever cualquier tipo de infracción. Llamaremos a esta forma de ética: “*moralina*”⁴.

Ante todas estas razones de desazón podemos adoptar dos posiciones: o dar la espalda a esta cuestión de máxima ruptura e ir a remolque de las modas que vayan surgiendo; o por el contrario, intentar asumirlo y convertir a la ética en un saber práctico que sea necesario, rentable y estratégico para la empresa.

1.2.- Las soluciones superficiales

Buen número de autores preocupados por la reflexión ética en la empresa⁵ a partir de las motivaciones que arriba veíamos (emancipación de la empresa por la ética, malas prácticas, maximización de beneficios y moralina sórdida como orientación de mínimos) se han plantado una y otra vez su preocupación ante esta desconfianza. De ese análisis han surgido preguntas que no buscan soluciones superficiales: ¿la sociedad en la que vivimos alude a la ética por una cuestión de verdadera necesidad ante las noticias

⁴ *Moralina* significa aquella clase de ética que se preocupa de actuar de manera falsa o hipócrita según principios y valores propios. Fernando Savater hace una interesante reflexión sobre este concepto, advirtiéndole que «la primera norma moral es huir de la moralina, y por lo tanto huir de todo aquello que pueda sonar a hacerle la moral al vecino. Esto siempre es una forma de descubrir el mundo con respecto a la reflexión sobre la moral propia. En el caso de los empresarios, por qué no, la actividad empresarial tiene posibilidades éticas como cualquier otra, es una actividad de interés público y, por lo tanto está sometida a la posibilidad de la reflexión ética como cualquier otra». Véase, en: Savater, F. (2002): *Ética y ciudadanía*, Madrid, Monte Ávila Editores Latinoamericanos, p. 109.

⁵ Véase algunos lugares donde poder consultar, en: Carroli, A.B. (1996): “Business & Society: Ethics and Stakeholders Management”, en: *Cincinnati. ITP*; Cortina, A. (2004): “Las tres Edades de la Ética Empresarial”, en: *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta; García-Marzá, D. (2004): “Confianza y poder: la responsabilidad moral de las empresas de comunicación”, en: Cortina, A., ed., *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta; González, E. (2001): *La Responsabilidad Moral de la Empresa: una revisión de la teoría de los Stakeholders desde la Ética Discursiva*, Tesis Doctoral, Universitat Jaume I., Castellón; Lozano, J.M (2002): *La empresa ciudadana: un reto de innovación*, Madrid, Esade.

de acciones perversas por parte de empresas, o simplemente se alude a ella como tranquilizante de la mala conciencia para darle un cínico papel de autoridad a la empresa? ¿Es esta cuestión verdaderamente una seria necesidad por parte de todos los colectivos sociales y empresariales?, o por el contrario ¿es un canto de sirena (tranquilizadora y sosegadora) que adormece la conciencia de aquellos que se sienten explicitados para que se reconozcan que no lo son? ¿Siente la sociedad la necesidad de tomar la responsabilidad en respuesta a la irresponsabilidad por parte del mundo empresarial desde una coherente y actual reflexión?, o ¿se alude a una necesidad de desplazar la carga en una autoridad moral para que actúe conforme a criterios de legalidad?

Partir nuestra reflexión desde estas preguntas no es algo que nos deba llevar a una radical desconfianza de la empresa ante la ética, ni de la ética contra la empresa. Al contrario, se convierte para nosotros en un reto que nos hace reflexionar a partir de lo que nos ha enseñado y nos sigue enseñando la historia. Nuestro discurso no puede ser una ingenua reflexión que parta de prejuicios y malos sentimientos hacia la clase dominante, y mucho menos una defensa de todas aquellas ideologías que han terminado por justificar y proteger los intereses de la clase dominante.

El tratadista y filósofo austriaco de la administración Peter Ferdinand Drucker plantea que en la actualidad las nuevas clases sociales se sitúan en dos posiciones diferenciadas: (1) los trabajadores del saber y (2) los trabajadores del servicio⁶. Ya no hace falta remitirnos a la antinomia clasista entre intelectuales y gestores, puesto que los primeros se ocupan de las ideas y de las palabras, y los segundos de las personas y el trabajo. De esta idea, el autor sigue proponiendo la existencia de ciertas sospechas del éxito que la *razón instrumentalizada* ha tenido en la sociedad actual, no tanto en el mundo de la empresa, sino en el conjunto de las relaciones humanas que afecta a los distintos ámbitos de la misma: la empresa, la sanidad, la política, la educación, etc.

Por tanto, ¿qué clase de credibilidad se puede construir a una posible consideración común de una ética empresarial sustraída de un código de conducta legalista y minimalista cuando en la práctica no puede hacer nada sobre decisiones

⁶ Durcker, P.F. (2004): *La sociedad postcapitalista*, Bogotá, Norma, pp. 25-26: «Esta transformación fue impulsada por un cambio radical en el significado del conocimiento. Tanto en Occidente como en Oriente el conocimiento siempre se había visto como aplicable a “ser”. Casi de la noche a la mañana se empezó a aplicar a “hacer”. Se convirtió en un recurso, en una utilidad. Siempre había sido un bien privado. Casi de la noche a la mañana se convirtió en un bien público».

como la fusión y adquisición de empresas, en consideración de los derechos de los trabajadores o en los inhumanos y masivos despidos? ¿Cuál sería la diferencia entre el proyecto de la empresa y el efecto superficial que produce la ética cuando es impuesto por la directiva sin lugar al consenso, al pacto o al diálogo? Sin cambios cualitativos y coherencias en la organización, ¿la gestión participativa no se vuelca en su contra exagerando las sospechas y la desmotivación de los empleados en la misma? ¿Qué es lo que más importa: el contenido del proyecto o la creación de un cierto ambiente donde la “cosa empresarial” sea compartida para crear vínculos de comunicación? ¿No sería todo esto una forma de manipular el discurso de la ética de los valores?

Todas y cada una de las preguntas que nacen de la desconfianza entre la ética y la empresa en la sociedad post-capitalista, así como muchas otras más, nos acercan a un escenario en el que, por un lado existe un discurso bastante ambiguo y cínico que sostiene ideales. Y por otro, en tal escenario prima la eficiencia de la empresa, en el que se hace uso de la motivación y adhesión al personal para su propio beneficio y lucro a costa de aquellos. Esta presunta ética mínima, que predica únicamente sobre el principio de transferencia y comunicación y el buen trato al trabajador, como aparentes interlocutores válidos, son dos ejes que pivotan de manera mediática para la consecución de resultados más preocupados por la estrategia y su cálculo, que por la rentabilidad ética.

Por tanto, teniendo en cuenta las claves que hemos reflexionado habría que preguntarse, ¿nuestro objeto de estudio está en la preocupación por plantear una nueva forma de ética empresarial focalizada hacia el cálculo estratégico de beneficios de coste, o viene a nosotros esta necesidad como un impulso a cuestionar y plantear la realidad de la reflexión ética como una alternativa coherente que busca una rentabilidad mucho más comprometida en el *ente social*? Pensamos, a pesar de ello, que aunque la ética de la empresa pueda ser manipulada y usada como remedio epidérmico, existe una auténtica posibilidad de exponer que entre ética y empresa hay relación de necesidad. Ahí, se centrará nuestra atención en el desarrollo de esta investigación.

1.3.- ¿El empresario no es agente ético?

Otro obstáculo que encontramos en las dificultades para la sostenibilidad de una ética empresarial es aquella que parte en el modo en el que el ciudadano ordinario entiende el concepto ética. De modo general, la ética es comprendida unilateralmente

como un conjunto de mandatos normativos expedidos por una autoridad que deben ser cumplidos sin miramientos, a partir de (1) las circunstancias en las que el sujeto debe de responder y actuar; y (2) las consecuencias que producen en la toma de decisión.

Teniendo en cuenta este planeamiento, podríamos comprender que esta clase de ética podría seguir un silogismo muy básico:

- *Primera premisa*, aquel que decide en contra de las leyes y mandatos formulados por una autoridad actúa de forma inmoral.
- *Segunda premisa*: el empresario es un sujeto que se encuentra entre dos universos: entre el deber de cumplir esos mandatos morales como sujeto moral y el deseo como tal de obtener beneficios rentables de plusvalía en su institución.
- *Tesis*: luego, el empresario es un sujeto capaz de obrar moralmente en su vida familiar o personal, pero nunca en el ámbito de la empresa puesto que las leyes del mercado y de la rentabilidad no están sujetas a ningún *ethos*.

Véase que este básico silogismo nos hace comprender que ser empresario y obrar moralmente son dos corolarios irreconciliables. Quisiéramos tomar en consideración esta confusión, puesto que su error se fundamenta en una mala comprensión del papel del empresario y el de la ética. Para ello creemos oportuno acercarnos al planteamiento que nos ofrece Max Weber sobre la “*Ética de la convicción*” y “*Ética de la responsabilidad*”, que, aunque orientada hacia la figura del político, es de absoluta cercanía para el universo empresarial.

Max Weber, sociólogo alemán de gran autoridad en el universo del pensamiento filosófico-ético, en su famosa conferencia: “*Política como profesión*”⁷, plantea *qué* tipo de moral debe tomarse en consideración para *qué* clase de político. Recordemos que el uso de esta idea weberiana podrá ser de gran ayuda para la ética empresarial. Expongamos sus ideas principales.

El autor comienza distinguiendo entre: (1) “*la ética de la convicción o intención*” y (2) “*ética de la responsabilidad*”⁸. Desde la primera quiere hacer ver que

⁷ Cf. Weber, M. (2007): *La política como profesión*, Madrid, Biblioteca Nueva.

⁸ Op. cit., p. 135. Max Weber sigue la cita: «No es que la ética de la convicción sea idéntica a la falta de responsabilidad, a la falta de convicción. No se trata en absoluto de esto. Pero hay una diferenciación abismal entre obrar según la máxima de una ética de la convicción, tal como la que ordena (religiosamente hablando) “el cristiano obre bien y deja el resultado en manos de Dios”, o según una máxima de la ética de la responsabilidad, como la que ordena tener en cuenta “las consecuencias previsibles de la propia acción”».

una ética basada en la intención es aquella que prescribe y prohíbe determinadas acciones, incondicionalmente buenas o malas en sí, sin preocupación de las condiciones y efectos que se producirán al respecto, tanto en su realización como en su omisión. Y una ética de la responsabilidad se centra en las consecuencias previsibles de las propias decisiones y de las circunstancias en que se toman. Consideremos a cada una desde la visión weberiana:

- (1) “*Ética de la convicción o intención*”. Entiende que sería injusto creer, que en esta clase de ética -aquellos que la profesan- se desentiendan de las consecuencias de sus acciones, porque no sería el caso. ¿Qué sucede entonces? Que el sujeto ético de la convicción sería un «*racionalista cósmico-ético*»⁹. Es decir, aquel que no acepta la irracionalidad de la ética en el mundo y las contradicciones que se suceden en el curso de la elección. ¿Por qué? Porque éste no entiende cómo de una mala acción puedan surgir buenas consecuencias.

¿Cómo debiera actuar este sujeto ético de la convicción? Eliminando el uso de los medios dudosos con el pretexto de conseguir un «*fin bueno*», ya que un buen fin nunca podrá justificar la elección de un medio dudoso. Esta clase de ética crea conflictos con las «*antinomias de la acción*», porque no existe, ni habrá, ninguna ética que «*pueda eludir el hecho de que para conseguir fines buenos*»¹⁰ haya que contar en muchas de las veces con medios moralmente dudosos (o por lo menos que sean peligrosos) y con la probabilidad de consecuencias naturales moralmente malas.

Consecuencia: si intentamos plantear que esta clase de ética la debe asumir el político (o empresario en nuestro caso) nos encontramos con serias dificultades puesto que ha de ser responsable de las consecuencias de aquellas decisiones que realice en su cargo. Por consiguiente, el político (o empresario) adoptará una ética de la responsabilidad.

- (2) “*Ética de la responsabilidad*”. Pareciera que Weber ya dio respuesta al problema que plantea, pero nada lejos de esa realidad puesto que entiende

⁹ Op. cit., p. 136: «*Cuando las consecuencias de una acción realizada conforme a una ética de la convicción son malas, quien la ejecutó no se siente responsable de ellas, sino que responsabiliza al mundo, a la estupidez de los hombres o a la voluntad de Dios que los hizo así. [...] no soporta la irracionalidad ética del mundo*».

¹⁰ Op. cit., p. 137.

que el debate no ha sido finalmente resuelto. No hay ninguna ética en el mundo que pueda resolver *cuánto* y en *qué* medida un fin moralmente bueno justifica medios éticamente peligrosos y sus consecuencias colaterales. De ahí, que el sujeto puramente ético de la responsabilidad (sin convicción) quede fuera de lugar, porque se transformaría en un simple calculador de consecuencias, desde un paradigma incluso hasta inmoral, donde ya no encontraría sentido en aquella causa por la que fue elegido o quiso proponerse¹¹.

¿Qué ha de hacer el profesional -o político, o empresario- desde el problema al que se le plantea a Weber? Servir a la causa de la que fue elegido (convicción). Desde ella, el sujeto será capaz de dar sentido a su acción de decisión. Y, ¿qué ha de hacer cuando la una y la otra por separado son desaconsejables e infortunadas? No optar por ninguna de las dos por separado –entiende el escritor-, puesto que la primera es una convicción que acaba siendo intolerante, y la otra opta por el pragmatismo del «*todo vale*». De este modo, Weber resuelve el problema proponiendo “*La responsabilidad convencida*” como opción más excelente.

Para el universo de la empresa, ¿se puede aplicar esta idea weberiana en el sujeto ético empresarial? Creemos que sí, puesto que en la empresa, (a) se hacen actividades humanas con fines que le son propios, le legitiman y dan sentido, pero también (b) porque cada una de ellas le obligan a tomar decisiones donde se producen una serie de consecuencias para el logro del fin. Efectivamente, tanto la una como la otra no pueden construir *a priori* las acciones concretas.

¿Qué se podría plantear para solventar y redondear esta propuesta weberiana en el universo del papel del empresario? Creemos que la ética dialógica podría dar un poco de luz a la cuestión. En el segundo capítulo de esta investigación nos acercaremos a la fundamentación que nos ofrece Paul Ricoeur desde la ética hermenéutica y que será el hilo conductor de nuestra propuesta sobre la ética empresarial para plantear una interesante forma de entender el concepto de responsabilidad y aplicarlo a la idea de Responsabilidad Social Corporativa.

Sin embargo, por ahora nos quedaremos con lo que el filósofo Karl Otto Apel plantea al entender que es necesario medir la racionalidad comunicativa que lleva

¹¹ Op. cit., p. 135: «*Quien actúe conforme a una ética de la responsabilidad, por el contrario, toma en cuenta todos los defectos del hombre medio. [...] Se dirá siempre que esas consecuencias son imputables a su acción*».

irremediabilmente a una propuesta estratégica. En otras palabras, habría que tener en cuenta los que van a participar en la actividad empresarial (directivos, empleados, consumidores, proveedores,...) como “interlocutores válidos” para una relación comunicativa. ¿Cuál es su función dentro de un marco dialógico? Establecer una relación horizontal desde el respeto mutuo de derechos e intereses por las distintas partes y buscar en cooperación estrategias para el alcance del fin de la empresa. Es decir «la satisfacción de necesidades sociales a través de la obtención del beneficio»¹².

De lo planteado desde la visión weberiana de una “ética de la responsabilidad convencida” y de la propuesta *discursiva* de K. O. Apel, la primera pregunta que nos viene es, ¿cómo se puede articular en los casos concretos ambos tipos de racionalidades? Pensemos que la ética de la empresa no puede dar respuestas *a priori*. Su tarea es, por un lado, entender, aclarar y despejar el sentido del fin de la actividad empresarial. Y por otro, proponer *ítems éticos* y valores morales específicos para la asunción de su propio fin (“la satisfacción de necesidades sociales a través de la obtención del beneficio”). ¿Y las decisiones? Es cosa del sujeto ético concreto que es el responsable de ellas y que debe:

- *primero*, contar con el respeto hacia el alcance del fin;
- *segundo*, poseer los valores morales orientables y orientadores;
- *tercero*, ser consciente de su conciencia bien regulada moralmente;
- y *cuarto*, tener en cuenta su contexto y aquellas consecuencias de la acción elegida hacia la decisión dentro del ámbito de su propia empresa¹³.

1.4.- El verdadero problema de la ética empresarial

Hasta ahora solo hemos trazado algunas líneas sobre la pregunta por la ética empresarial en las malas prácticas y en el papel subordinado en el que ha terminado la propia ética. Este movimiento se vertebra a partir de una dinámica de ausencia de una “percha”, o estatuto epistemológico, donde empezar a hilvanar la propuesta que

¹² Cortina, A. (2008): *Ética empresarial. Claves para una cultura empresarial*, Madrid, Trotta, p. 79. La filósofa Adela Cortina entiende que -bajo la perspectiva de K. O. Apel- a la hora de actuar es necesario mediar la racionalidad comunicativa con la estratégica. Habría que tener en cuenta cuántos habrían de intervenir en la actividad empresarial como interlocutores válidos relacionándose comunicativamente, respetando sus derechos e intereses. Pero también, habría que recurrir a estrategias que ayuden a conseguir la satisfacción de necesidades sociales a través de la obtención de beneficio, como los fines económicos y sociales de la empresa. Véase también esta aportación, en: Cortina, A. – Conill, J. (1998): *Democracia Participativa y Sociedad Civil. Una ética Empresarial*, Bogotá, Siglo del Hombre Editores.

¹³ Cf. Cortina: *Ética empresarial*, pp. 79-80.

deseamos exponer. Siendo ésta la gran ausencia a la que habría que remitirnos, la primera confusión que encontramos es una incompleta definición de la ética, que se constituye en una praxis sin fundamentación sobre el ser del *ethos*. Esta primera confusión nos remite a una forma de moralidad de mínimos exigibles que han sido impuestos por la normativa o *hiperjudificación*, tomando como consecuencia una aplicación de malas prácticas basadas en una *moralina* de mínimos.

Este retorno por la pregunta por la ética es la situación en la que nos encontramos y en la que mucho tiene que ver las innumerables referencias por parte del mundo de la investigación filosófico-ética y la opinión pública por encontrar un lugar que dé sentido a una sociedad desfragmentada que remita a una responsabilidad en términos de “cargo”.

Lo que pretenderemos a partir de ahora, hasta encontrarnos con esa “percha” que trabajaremos en el capítulo siguiente, es mostrar por qué es necesario volver a la pregunta por la ética en medio de una sociedad cansada y decepcionada y mostrar algunas razones para repensar el lugar que debe ocupar la ética empresarial en medio de la sociedad para descubrirla como un espacio adecuado para la Responsabilidad Social Corporativa.

II.- UNA VUELTA HACIA LA ÉTICA

Con el objetivo de contextualizar históricamente la perspectiva que deseamos mostrar antes de repensar sobre la ética empresarial vemos necesaria la reflexión respecto a los problemas y al retorno de los debates sobre la ética en la contemporaneidad. Para ello, quisiéramos basarnos en la aportación de P. Ricoeur en su texto “Postazione” escrito en el libro de Frédéric Lenoir, “Il tempo della responsabilità”. En él se agrupan distintos estudios que discuten sobre los fundamentos éticos de nuestro tiempo a partir de seis temas fundamentales: (1) las ciencias de la vida; (2) el medio ambiente, (3) los cambios económicos, (4) la empresa, (5) los medios de comunicación y (6) la política.

Recordemos que tales debates se presentan como habituales discursos apocalípticos que describen la situación actual de “decadente”. Incluso es hasta frecuente oír que la realidad socio-histórica de décadas anteriores fue mejor que la actual, o que si los hombres y mujeres actuales estamos perdiendo nuestra capacidad narrativa, o que si las generaciones futuras están en plena amenaza ante lo que está por

venir. A pesar de que este no es nuestro objeto de estudio, lo cierto es que existe un cierto malestar generalizado como consecuencia de un sentimiento de decepción con aquellas promesas que fueron hechas en época de la Ilustración.

Este será el ámbito del fracaso que centrará lo que sigue para buscar un punto de partida para la fundamentación de la ética en la empresa y consiguientemente la responsabilidad que veremos en siguientes capítulos.

2.1.- El malestar de una sociedad descontextualizada

Efectivamente, el retorno a la ética se convierte en una llamada relacionada con lo que se ha llamado el “*fracaso del proyecto de la modernidad*”. La evocación de ese proyecto, que nació en la segunda mitad del siglo XVIII, inició -con el paso del tiempo- un amplio y profundo cambio de las ideologías y las legitimaciones sociales. Ese cambio, que alcanza -en palabras de Jünger Habermas- «*una totalidad histórica de un mundo de la vida*»¹⁴, no es únicamente una transformación de las instancias burocráticas en las instituciones o la simple secularización de la legitimidad del poder, sino que se encuentra extendido en el *todo social*. El inicio de la Ilustración dio a la razón un papel fundamental en el que tomó el rol del “Gran Juez”. De ahí, que todo pueda ser sometido bajo su legitimidad y desde el método científico para convertirse en el camino de una nueva forma de investigar y explicar los fenómenos naturales y humanos¹⁵. Es justamente, lo que nos explica Habermas al afirmar que:

«La progresiva “racionalización” de la sociedad depende de la institucionalización del progreso científico y técnico. En la medida en que la ciencia y la técnica penetran en los ámbitos institucionales de la sociedad transformando de este modo a las instituciones mismas, empieza a desmoronarse las viejas legitimaciones. La secularización y el “desencantamiento” de las cosmovisiones, con la pérdida que ello implica de su capacidad de orientar la acción, y de la tradición cultural en su conjunto, son la otra cara de la creciente “racionalidad” de la acción social»¹⁶.

En efecto, aquella creencia teológica que hacía comprender la responsabilidad de todo en Dios, ahora se dirige de manera ciega hacia la ciencia. Pensemos que el objetivo de este nuevo enfoque está centrado en la transformación de la realidad como simplista

¹⁴ Cf. Habermas, J. (1986): *Ciencia y técnica como “ideología”*, Madrid, Ed. Tecnos, p. 65.

¹⁵ Cf. Marcuse, H. (1968): *El hombre unidimensional*, Barcelona, Seix Barral, p. 177.

¹⁶ Habermas: *Ciencia y técnica como “ideología”*, p. 54.

e instrumentalizada. Efectivamente, la ciencia racional, dentro del proyecto positivista, se ha convertido en un saber con capacidad de dominarlo todo.

Por tanto, aquel avanzado optimismo iniciado en la época ilustrada, que tenía muy claro su proyecto de dominar y perfeccionar la naturaleza y al ser humano, se manifiesta hoy como una simplificación reduccionista de la compleja realidad del ser humano y del mundo. Esto fue lo que Apel llamó «*la dictadura del sistema de complementariedad*». Escribe el autor:

«El sistema de complementariedad estaba integrado por el positivismo o científicismo-tecnicismo sin razón práctica y el existencialismo irracional en la vida privada (en las decisiones y valoraciones). En la vida pública había que atenerse a los criterios positivistas, pero en las cuestiones privadas sólo cabría el “politeísmo de los valores”: cada cual puede elegir individualmente a su dios y honrarlo cuanto quiera. En suma científicismo, más irracionalismo existencialista»¹⁷.

Es decir, aquella sociedad había consagrado como única racionalidad estratégica el ámbito intersubjetivo desterrando así al ámbito de lo irracional toda pretensión de fundar una ética más allá del científicismo pragmático. De ese modo, el ser humano contemporáneo ha integrado en su propia vida nuevos movimientos por ir construyendo su “*sistema de complementariedad*”.

Como explica el profesor Conill, la anterior complementariedad del neopositivismo-existencialismo «*ha sido sustituida por una versión, integrada ahora por el “racionalismo crítico” y la “posmodernidad”*»¹⁸. ¿Cuál podría ser su consecuencia? en lo que respecta a la vida *práctica individual* se tomarían las decisiones con los criterios posmodernos, fuera de la racionalidad, incluso de la crítica. Y en la *vida pública* tanto las decisiones regidas por el Estado, como los preceptos morales y las relaciones entre teoría y praxis en general comienzan a ser entendidas bajo una óptica técnico-instrumental o de transformación lógica del saber científico monológico¹⁹.

Sería interesante señalar a esta idea el pronóstico realizado por Apel respecto al futuro del ámbito de decisiones de conciencia que no busca ya el ámbito público objetivo. Entiende que es una moral subjetiva que no ejerce ya sus decisiones de conciencia, sino que se disuelve en la esfera cada vez más poderosa del ámbito objetivo. Los individuos que no ejercen su moral privada comienzan a ser dirigidos “*desde fuera*”

¹⁷ Apel, K.O. (1985): *La transformación de la filosofía*, Madrid, Taurus, p. 352.

¹⁸ Conill, J. (1988): *El crepúsculo de la Metafísica*, Barcelona, Anthropos, p. 312.

¹⁹ Apel: *La transformación de la filosofía*, p. 352.

y no desde dentro de la conciencia. Se alienan y pierden autonomía. En definitiva, parece como que hubiera un paralelismo relevante. A saber, o la moralidad se lleva al ámbito de lo público, o se extingue y la autonomía individual se ahoga en el universo de lo técnico-objetivo. En cualesquiera de los casos, habría que tener en cuenta que se trata de una superación de este esquema que Apel llama “*de complementaridad*” típico del liberalismo moderno²⁰.

Respecto a esta consideración por parte de Apel, y en relación con la realidad de la tecnología, el pensador Hans Jonas analiza al *hombre en sí* y descubre la existencia de un nuevo aspecto al que referirse, puesto que la creciente realidad de la “*Techne*” es la nueva aspiración humana. Es decir, aquella que ha sobrepasado los límites en eras anteriores. ¿Por qué tener en cuenta esta nueva realidad? Porque en la actualidad la *Techne* se ha convertido en un amplio impulso hacia el progreso de la especie. Su fin propio es el dominio de las cosas y los seres humanos. Su aparente triunfo se manifiesta en la victoria del “*Homo faber*” sobre su objeto externo, representando así el triunfo ante el “*Homo sapiens*”²¹. En otras palabras, la tecnología cobra significación ética por el lugar central que ocupa ahora en la vida de los fines subjetivos de la persona.

La ampliación del poder que el ser humano actual posee sobrepasa en prestigio a todo lo demás que pertenece a su plenitud humana. De este modo, la consecuencia directa de este nuevo paradigma establece la contracción de su ser y de su *concepto de sí*. Es decir, su imagen de sí mismo sustenta ahora al de “productor” de aquello que ha “producido”. Sería –en palabras de H. Jonas:- «*el hacedor de aquello que él puede hacer*» y «*preparador de aquello que en breve él será capaz de hacer*»²².

La intención de la técnica se encuentra justamente en la separación de la parte por el todo. ¿Qué quiere decirnos esta intención? Establece una forma de comprender al ser humano que se centra en un aspecto estructural que termina por descontextualizarlo como sujeto. De ahí, que pueda definirse al sujeto como un ente sin historia y controlable. En efecto, desvía la atención de aquello que es importante para centrar todo su esfuerzo en la búsqueda de soluciones, o enmascarar síntomas epidérmicos para no entrar en la realidad ontológica del sujeto.

La técnica no sólo crea una ciencia tecnicista, o una política tecnicista, o una

²⁰ Cf. Galfione, V. *et al* (2008): *Política y sociedad*, Córdoba, Ed. Brujas, pp. 180-181.

²¹ Cf. Jonas, H. (2008): *El principio de responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, Barcelona, Herder, pp. 36-37.

²² Op. cit., p.

ética tecnicista, o una moral tecnicista,... La preocupación se focaliza ahora en crear un sujeto humano tecnificado. Es decir, la creación de “un-sujeto-humano-sujeto-a-la-tecnificación”. Las facilidades que hoy demandan y ofrecen la técnica se promocionan como las soluciones más sencillas para los problemas más difíciles, donde a simple vista todo parece ser racional y estéticamente organizado, planificado y listo para su uso. Sin embargo, en la práctica no se compromete ante el problema de fondo y la realidad misma de la persona y sus complejidades.

Los objetos de estudio de las ciencias modernas se presentan como creaciones suspendidas en la historia. Su meta será el constante reinvento de la novedad, que alimenta la fe en el *cientificismo pragmático*. Su problema será que cada nuevo invento se presenta tan descontextualizado, que resultaría imposible identificarlo con lo que está relacionado, de donde surgió y cuáles son sus consecuencias²³.

Con todo, la supuesta neutralidad de la ciencia, como la gran legitimadora ideológica de ese proyecto, se ha convertido en mito, pues buscaba ocultar -por detrás de un discurso técnico-desarrollista, objetivo, puro y supuestamente neutro/universal- una serie de intereses económicos y políticos de una parte de la clase política, que reflejaba una ideología de dominación y sujeción del hombre por el hombre.

2.2.- El malestar de una sociedad cansada y decepcionada

Como consecuencia de lo expuesto, surge un sujeto tratado como objeto, es decir, como objeto descontextualizado, a-histórico y fragmentado. En otras palabras, en un “enfermo” susceptible de intervenciones médicas, en un “recurso” en las organizaciones, en un “consumidor” en los datos estadísticos, o simplemente en un “parado” en los datos negativos de la economía, o en un “lector” en los discursos políticos democráticos, o en un “voto” en la deformación manipulada de la democracia. En definitiva, se explica una dimensión de la persona que se cierra a las condiciones de totalidad con un discurso utilitarista.

Por tanto, esta es la condición humana actual, la de un sujeto que se confunde en medio de la totalidad, quedando así perdido dentro del discurso utilitarista de la tecnología. Como nos explica el psicólogo y psicoterapeuta existencialista estadounidense Rollo May:

²³ Véase este análisis en: González-Carvajal, L. (1996): *Ideas y creencias del hombre actual*, Santander, Sal Terrae, pp. 75-82.

«Nuestra situación es la siguiente: en la actual confusión de episódicos racionalistas y técnicos perdemos de vista y nos despreocupamos del ser humano; hay que volver ahora humildemente al simple cuidado [...]; el mito del cuidado –y muchas veces creo que solamente él- lo que nos permite resistir al cinismo y a la apatía, que son las enfermedades psicológicas de nuestro tiempo»²⁴.

La apatía de la que nos habla May es justamente la propia insensibilidad ante el sufrimiento del otro. De ahí, que sea acertada su afirmación por la cual identifica la patología de nuestro tiempo en el puro individualismo, ya que representa la pérdida de la capacidad del sujeto de ponerse en relación con los otros y con el mundo que le rodea. Efectivamente, en lo que respecta al pensamiento estrictamente técnico induce a los sujetos en unos modelos de relación de posesión y de uso donde el conocimiento se manifiesta en cuanto conocimiento de algo. “Algo” que, a su vez, se revela pasivo ante el acto activo de conocer. Ese modelo de ciencia (ese método científico) descubre a un sujeto que conoce el mundo de manera solitaria, y según Lévinas, no nos pone en verdadera en comunión con el “otro”, quedando en la más absoluta y absurda soledad²⁵, convirtiéndonos así en desposeídos hacia lo socializable²⁶.

De este modo, la relación propia de la técnica se versa en la reciprocidad entre un “yo” y un “ello” (es decir, un sujeto inanimado, objeto y carente de fuerza íntima). Esa relación se efectúa en clave de posesión y de uso, puesto que su margen de relación es *a-personal*. Sin embargo, si el filósofo francés Martin Buber²⁷ defiende que el verdadero “yo” sólo se manifiesta y se constituye en una relación complementaria con un “tú” (con “otro” que lo signifique en cuanto a un “yo”), entonces el sujeto, que establece una relación al modelo “yo-ello”, pierde también su condición de sujeto y se convierte así en un “ello”. Por tanto, del sujeto en relación lo único que queda es el “ello” como condición.

Efectivamente, una visión así se despreocupa del valor excepcional de la persona que le viene dado por su irreductibilidad y unicidad²⁸.

²⁴ May, R. (1985): *Amor y voluntad*, Barcelona, Gedisa, p. 95.

²⁵ Lévinas, E. (2008): *Ética e Infinito*, Madrid, La Balsa de la medusa, p. 55.

²⁶ Cf. Lévinas, E. (1993): *El tiempo y el otro*, Barcelona, Pensamiento contemporáneo, p. 104: *«El objeto iluminado es al mismo tiempo algo que encontramos y, por el mismo hecho de estar iluminado, que encontramos como si saliese de nosotros. No hay en sí extrañeza radical. Su trascendencia está en vuelta en la inmanencia. En mi conocimiento y en mi goce vuelvo a encontrarme conmigo mismo. La exterioridad de la luz no basta para la liberación del yo cautivo de sí»*.

²⁷ Cf. Buber, M. (1995): *Yo y Tú*, Madrid, Caparrós, pp. 7-8.

²⁸ Sobre esta cuestión, el teólogo español Juan José Pérez-Soba hace hincapié sobre el peligro de una interpretación de la persona como estructura objetiva, y especifica el plano de un personalismo

De esta manera, la deshumanización y cosificación se contextualizan en el ser humano contemporáneo en situaciones de guerras económicas, de interminables conflictos políticos en unas democracias calcinadas y carentes de esperanza ideológica, y entre conflictos y amenazas constantes entre diferentes países. Lo mismo podemos decir del aumento de la miseria, las enfermedades provocadas como mecanismos de producción económica privada, el hambre en el mundo, la irresponsabilidad ecológica, la existencia de un sistema económico sangrante que está llamado a ser derrocado donde prima la ley de mercados de capital y que poseen la autoridad de manejar el curso político de un país a sus anchas,... Todos estos aspectos actuales hoy en día son la consecuencia del profundo fracaso que predicaba aquel emocionante “proyecto moderno” de progreso.

Por tanto, estas son las causas del sentimiento que algunos autores actuales denominan de *malestar contemporáneo*. Como afirmaría el historiador español Juan Pablo Fusi:

«Nuestra sociedad –la sociedad abierta y plural- es una sociedad sin verdades absolutas, marcada por la fragmentación del conocimiento, la crisis de las grandes explotaciones e interpretaciones de la vida y del mundo, y la desjerarquización de valores y principios. En “Pequeño tratado de grandes virtudes” (1995), Comte-Sponville argumentaba que las virtudes como el valor, la humildad, la prudencia, la cortesía, la generosidad, la compasión, la justicia, la templanza, la gratitud o la buena fe, estaban desapareciendo, si no habrán desaparecido ya; los valores de occidente parecían reducidos a dinero, celebridad, placer (alcohol, drogas) y sexo»²⁹.

Efectivamente, tal crisis afectaría la identidad de los individuos y la propia estabilidad del mundo y de lo real, precipitando así el nacimiento de una nueva era post-iluminista, post-racionalista y post-moderna. Este nuevo tiempo histórico y social se presenta principalmente como inestable y pesimista, y totalmente incrédulo con las cosmovisiones, con las *meta-narrativas* y con las ciencias modernas.

Ante este escenario, la ética resurge como una especie de freno o aviso al que debemos volver. Sin embargo, antes de actuar, debemos medir las consecuencias de nuestros actos y debemos pensar en las futuras secuelas. En fin, ella resurge con el

interpersonal. Véase, en: Pérez-Soba, J. J. (2006): “La persona y el bien”, en: Melina, L. – Noriega, J. – Pérez-Soba, J.J., *La plenitud del obrar cristiano: dinámica de la acción y perspectiva teológica de la moral*, Madrid, Palabra, p. 296.

²⁹ Fusi, J.R. (2006): “El malestar contemporáneo”, en: *ABC*, 9 de enero. Disponible, en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-09-01-2006/abc/Opinion/el-malestar-contemporaneo_1313564383126.html [Consulta: 26 de mayo de 2015].

sentimiento de que queremos y podemos hacer el bien, a pesar del profundo pesimismo y *nihilismo light* de nuestro tiempo.

No obstante, nos queremos preguntar con Hans Jonas: “¿*qué se podría hacer al respecto?*” Proponer nuevas claves para un imperativo epistemológico, puesto que desde el momento en el que la producción ha tomado protagonismo en el espacio de la acción esencial, la ética debe entrar en el marco de la *communitas* en el sentido de “*carga, cargo, encargo común*” en el espacio público, así como lo comprende etimológicamente el filósofo italiano Roberto Espósito³⁰.

2.3.- El retorno a la ética

Para Ricoeur, en el texto “Postfazione”, comienza manifestando que nuestra época parece estar caracterizada por una nueva demanda de la ética. Esta situación es debida a las profundas «*mutaciones que afectan a la calidad del actuar humano en esta edad contemporánea presente de las ciencias, de las técnicas y de la política*»³¹. Efectivamente, la situación inédita en la que nos encontramos, debido al extraordinario avance de las aplicaciones técnicas, influye profundamente sobre multitud de dominios de la vida social³².

Según el filósofo francés, esta condición actual releva el profundo contraste con la condición de los griegos, primeros pensadores que articularon racionalmente la consciencia moral. Según él:

«[...] mentre l'azione umana si svolgeva allora al riparo di una natura ritenuta invulnerabile, la “polis” degli uomini formava una sorta di “enclave” negli intervalli ben temperati di una natura che poteva essere ostile, ma che l'azione umana non poteva alterare durevolmente. Nell'età delle moderne tecnologie, il rapporto è rovesciato: la natura, al riparo della quale l'uomo ha vissuto fino ai nostri giorni, è minacciata a livello dei grandi equilibri che hanno consentito alla vita di svilupparsi e all'uomo di fare a sua volta la sua comparsa, di vivere e di dar corso alla sua storia»³³.

Hoy día la naturaleza está subordinada al ser humano y no sólo en su realidad externa. Con el avance de las ciencias genéticas, es la propia naturaleza interna del

³⁰ Cf. Espósito R. (2009): *Tres ensayos sobre una teoría im-política*, Buenos aires, Ediciones del Signo, p. 22.

³¹ Ricoeur, P. (1994): “Postfazione”, en: Lenoir, F., ed., *Il tempo della responsabilità*, Torino, Soicetà Editrice Internazionale, p. 249.

³² Recordemos que en el texto, Ricoeur los agrupa en seis dimensiones sociales principales: ciencias de la vida, medio ambiente, cambios económicos, empresa, *mass media* y política.

³³ Ricoeur: *Postfazione*, p. 251.

hombre la que puede cambiar drásticamente. O sea, su condición en cuanto especie. De ahí, que el ser humano se haya vuelto, de esa manera, peligroso para sí mismo y su especie.

Los efectos devastadores que es capaz de causar en el medio ambiente revelan cuánto ha avanzado el desarrollo técnico-científico al margen de la sostenibilidad. Quizás mucho más estimulado por las garantías financieras, que propiamente por los ideales del desarrollo científico.

No podemos olvidar que el conocimiento científico moderno surge dentro de un panorama económico mucho más amplio, caracterizado principalmente por la idea de progreso y de acumulación del capital. No pretendemos aspirar a una teoría de la conspiración al afirmar que muchas de las decisiones políticas actuales son tomadas a partir de consideraciones e intereses económicos, puesto que la actual crisis es consecuencia directa de esa suspensión al confundir liberalismo económico con ausencia total de normas y límites. Según Ricoeur,

«[...] mentre il progresso è stato pensato in termini di accumulo, di crescita quantitativa, lo sviluppo mette in gioco significati, valori etici che non si assommano»³⁴.

Con la progresiva movilización social y los efectos ya sentidos debido a décadas de progreso científico desequilibrado, el discurso en torno al desarrollo modifica su carácter predominante acumulativo-progresista y pasa a relacionar el desarrollo, que continúa siendo deseado y necesario, con la idea de sostenibilidad. De este modo, el modelo de sostenibilidad encarna el concepto de responsabilidad que Ricoeur caracteriza como el que justifica el retorno de los debates éticos en la contemporaneidad.

Otra dimensión social abordada por Ricoeur en este texto es la dimensión de la política. Particularmente el problema de la intervención ciudadana en nuestras democracias occidentales. Entiende que esta complejidad es aún más grave, cuando se piensa que es en el momento en que se necesita esa participación –justamente para decidir sobre las cuestiones relacionadas con el desarrollo o con el “pilotaje” de la economía- cuando menos participan los ciudadanos³⁵.

³⁴ Op. cit., p. 254.

³⁵ Cf. Op. cit., pp. 256-257.

Quizás, incluso esa poca participación ciudadana pueda ser justificada por el modelo ideológico técnico-científico, que promueve la distinción de dos grupos de seres humanos: por un lado, *los expertos* –políticos, tecnólogos, científicos,...- que tiene la competencia necesaria para discutir y opinar sobre los temas importantes de nuestra realidad social, y, por otro, *los legos* (filósofos, humanistas, sociólogos, antropólogos,...), cuya opinión no puede ser llevada en serio, sino en el ámbito de lo académico. Se sostiene, de esa manera, la antigua concepción de que el pueblo es peligroso para sí mismo y para los ideales democráticos, porque no puede entender cuestiones complejas de la economía y de la política. Además, el desinterés y la incapacidad de los medios de comunicación de convertirse en una fuente de información completa y de calidad, así como la falta de formación política adecuada de los ciudadanos, parecen fuertemente descorazonar los intentos de una participación del ciudadano en el ámbito político.

No obstante, lo que esos tecnólogos y políticos no perciben es que con esa actitud hieren profundamente estos mismos ideales democráticos. En la práctica continúan con el modelo de gobierno invisible³⁶ que tanto combatieron y aún combaten al menos en los debates y discursos mediáticos.

De esa manera, el fracaso de la democracia real en cuanto sistema político, revela la paradoja de que a pesar del supuesto éxito hegemónico del capitalismo democrático continuamos siendo gobernados por un grupo de políticos incompetentes. Así pues, ante el escenario sutil, caracterizado por ese sentimiento de malestar y por los innumerables cuestionamientos advenidos de las profundas mutaciones discutidas, se hace un nuevo llamamiento a las reflexiones éticas. Sin embargo, para Ricoeur, la demanda por la ética se realiza también de manera paradójica, una vez que

«[...] cioè, il suo che si fa più pressante proprio nel momento in cui la sua giustificazione ultima è divenuta problematica»³⁷.

Efectivamente, el problema de la fundamentación de la ética se coloca, de este modo, como un problema más de nuestra contemporaneidad, poniendo en duda, definitivamente, la garantía de la modernidad.

Para superar ese problema, Ricoeur recurre a la *convicción* que, según él, sería suficiente para orientar -de manera práctica- la acción individual y colectiva. Además,

³⁶ Cf. Bobbio, N. (1985): *El futuro de la democracia*, Barcelona, Plaza&Janes editores.

³⁷ Ricoeur: *Postfazione*, p. 257.

parece ser que sea al nivel de las convicciones por lo que los diferentes discursos contemporáneos encuentren sus argumentos comunes, y no en las interminables discusiones respecto a los fundamentos.

Para justificar su tesis, Ricoeur hace una distinción entre las convicciones que llama “convicciones de fondo” («*convinzioni di sfondo*», o en el original francés «*d’arrière-plan*») asentadas en la máxima kantiana del hombre en cuanto fin en sí mismo; de las “convicciones en primera persona” («*convinzioni di primo piano*» o francés «*d’avant-plan*») que, a su vez, buscarían nuevos principios capaces de orientar al sujeto ante las mutaciones de la acción humana a la edad tecnológica. Sin embargo, para el autor, “las convicciones de fondo” no conseguirían ya responder a las nuevas demandas suscitadas por las referidas mutaciones, lo que las obligarían a ajustarse a “esas situaciones inéditas”, aproximándose de las “convicciones de primera persona” en el aspecto en que las dos tienen en común la idea de responsabilidad³⁸. De ahí que proponga:

«Propongo di assumere l’idea di “responsabilità” come guida nel paesaggio mobile delle convinzioni di “primo piano”, quelle che ambiscono a rispondere alle situazioni inedite poc’anzi ricordate»³⁹.

Según el autor, necesitamos, además, hacer una importante distinción entre la responsabilidad como sinónimo de “imputabilidad” dirigida al pasado, y la responsabilidad requerida por la edad técnica, direccionada hacia el futuro. Así, la responsabilidad pone la acción humana en relación directa con sus consecuencias, sean previsibles o no a largo plazo. En esa perspectiva, la responsabilidad asume el carácter de una misión que nos fue confiada y que necesitamos llevarla a cabo según unas reglas⁴⁰.

Ricoeur reconoce la importante contribución de Hans Jonas, que defiende la idea de que somos responsables, hoy y del futuro de la humanidad. Se muestra conforme a que,

“La responsabilità in età tecnologica va così lontano quanto le nostre possibilità nello spazio in el tempo e nelle profondità della vita. E noi non conosceremo mai i

³⁸ Op. cit., pp. 259-260.

³⁹ Op. cit., p. 261.

⁴⁰ Cf. Op. cit., pp. 261-262.

discendenti che potrebbero chiedercene conto. La responsabilità è priva allora di una reciprocità attribuibile»⁴¹.

De este modo, la responsabilidad se presenta así como un ejercicio de moderación y de contención en el que traza similitud con la prudencia aristotélica. Es el miedo ante las consecuencias de las acciones de uno mismo lo que debe inspirar la reflexión ética.

Por otro lado, para Ricoeur la cuestión política se presenta, en nuestra contemporaneidad, como el escenario privilegiado donde entra en juego el debate ético. Según él, la democracia es el espacio político en el que este conflicto puede continuar respetando las diferencias⁴². No podemos olvidar el carácter pluralista de las democracias occidentales, y con eso, entender la inmensa dificultad en encontrar lo que sería un fundamento único de la ética. De esa manera el debate democrático de las convicciones aportadas por los diferentes individuos posibilitaría llegar a unos principios comunes, no el sentido último de una ética, sino en el sentido de un consenso, de una base de convicciones comunes y compartidas, *«che gravitano attorno all'idea di responsabilità»⁴³.*

En esa concepción de responsabilidad, el sujeto tiene un rol destacado e insustituible, y asume la posición de protagonista. No se puede pensar en ética sin un sujeto encarnado, que sea autor de sus acciones. Es el tema que discutiremos más adelante al tratar el tema de la “pequeña ética” para encontrar en la ética dialógica el fundamento necesario para nuestro estudio. Antes daremos algunos pincelazos sobre el reclamo de la ética en el universo de los negocios.

2.4.- La ética empresarial como ética aplicada

Desplegada la mirada que nos acaba de hacer Ricoeur, ¿qué queremos decir cuando hablamos de ética empresarial? Nuestra intención es entender la ética empresarial, comprendida como disciplina de ética filosófica, como aquella que posee la función de reflexionar sobre el universo de la empresa: trabajo cotidiano, sus principios y valores (misión/visión), así como sobre las consecuencias de sus acciones en el organigrama social, empresarial y medioambiental. Se desarrolla como una nueva disciplina de corte filosófico desde la visión de la carencia de un sentido de

⁴¹ Op. cit., p. 263.

⁴² Cf. Op. cit., p. 274.

⁴³ Op. cit., p. 273.

responsabilidad en los negocios. Es decir, de la percepción de que los directivos estén más preocupados por la maximización de los beneficios que por los valores éticos. Así mismo lo contempla William H. Shaw:

«Esta tendencia se refleja en las universidades, en mi opinión, en una gran percepción social -en los periódicos, en las películas, en la televisión - son demasiadas que las empresas que carecían de un sentido de responsabilidad social y que los hombres de negocios estaban demasiado dispuestos a sacrificar las preocupaciones éticas a la rentabilidad»⁴⁴.

Con esta premisa, fundamentalmente a partir de los años 70, los continuos debates respecto a la responsabilidad social-moral de la empresa han ganado fuerza justamente por la presión que ha ejercido la opinión pública sobre las organizaciones que han sido suscitadas por prácticas desleales⁴⁵. Desde entonces, se comprende la reflexión ética como un ejercicio que provoca a la clarificación y justificación de las prácticas empresariales y que busca restablecer, construir y fortalecer la confianza de los afectados o interesados por las actividades de la misma.

Este escenario en el que nos encontramos, compartimos la idea de J. M. Lozano cuando afirma que en momentos de necesaria recuperación económica como la actual, necesitamos de la valoración del «éxito empresarial» para que se base no sólo en el hecho, sino también en los valores y en el rol que se espera de la empresa en la sociedad⁴⁶.

Por esta razón, nos parece oportuno reflexionar a partir de las claves hermenéutico-fenomenológica de la filosofía que nos brinda Paul Ricoeur en su texto “Sí mismo como otro”. En él podemos encontrar fundamentos ontológicos de la ética

⁴⁴ Shaw, W.H. (1996): “Business ethics today: a survey”, en: *Journal of Business ethics* 15, Netherlands, Kluwer Academic Publishers, p. 489. La cita sigue: «Given their generally liberal political orientation, many university administrators and instructors were receptive to two related ideas: first, that courses on business ethics might help prepare their students for the moral decisions and dilemmas they were likely to face in their working lives and, second, that universities had a positive role to play in furthering public discussion of the social responsibilities of business».

⁴⁵ Cf. De DeGeorge, R.T. (1995): *Business Ethics*, New Jersey, Prentice Hall. Véase también, en: De DeGeorge, R. T., (2005): *A history of business ethics*. Disponible en: <http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html> [Conectado: 13 de octubre de 2014].

⁴⁶ Cf. Lozano, J.M. (2002): *La empresa ciudadana: un reto de innovación*, Madrid, Esade. Sobre esta cuestión Lozano entiende que el debate necesario sobre el éxito de la empresa debe reivindicarse superando la discusión sobre los resultados son contextualizarlos en el modelo de empresa y de éxito que le da sentido. Véase también, en: Lozano, J.M. (2009): *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Madrid, Trotta.

empresarial y aportar un poco de luz sobre las discusiones que se vertebran entorno a esta clase de ética concreta.

Recordemos que para Ricoeur, la nueva demanda por la ética nace en el momento en el que existe una irrevocable preocupación, puesto que la sociedad no ha estado tan preocupada por la responsabilidad en torno a la amenaza por la preservación de la Tierra como en la actualidad. Sin embargo, la ética contemporánea se enfrenta justamente en esta paradoja y en esta crisis de fundamentos, puesto que:

«[...] la domanda di etica presenta un tratto paradossale che si è tentati di affrontare senza indugio: cioè, che si fa più pressante proprio nel momento in cui la sua giustificazione ultima è divenuta problematica»⁴⁷.

Hasta ahí la advertencia de Ricoeur, pero cuando observamos el panorama empresarial nos damos cuenta de que la situación es mucho más complicada de lo que parece. Somos conscientes del gran desafío de reconciliación: por un lado, la empresa capitalista se presenta como aquella que reúne máquinas, recursos humanos, tecnologías, inversiones financieras,... y que posee como objeto principal la producción y maximización instrumental de sus beneficios, siendo su principal objeto el lucro. Y por otro, tenemos a la ética como disciplina filosófica que reflexiona sobre la acción del ser humano con vistas a recibir resultados de acciones más justas y correctas, encarnadas sobre el bien común y que suscita la educación del carácter de una ética de excelencia. Sin embargo, tal esfuerzo culmina por lo general por ser manipulado o despreciado por el sector empresarial.

Desear que exista una actuación ética, tanto en las empresas como en las organizaciones para que asuman su responsabilidad por sus acciones y busquen el bien, es el deseo legítimo que solicitamos para establecer principios básicos de convivencia humana⁴⁸. Pero para llegar a esa fundamentación de un *ethos* en la empresa, necesitamos motivarnos a partir de un deseo legítimo por garantizar un espacio que sea humanizante y humanizador, y no tanto como una marca mediática de marketing⁴⁹.

⁴⁷ Ricoeur: *Postfazione*, p. 257: «[...]La cuestión de la ética tiene una sección paradójico que es tentador para los hombres se enfrentaron de inmediato: a saber, que hace más urgente el mismo momento en que su justificación última se ha convertido en problemático» (traducción realizada por el autor de la presente investigación).

⁴⁸ Cf. Op. cit., p. 250: «La maggior parte dei contributi qui raccolti collega il riemergere di preoccupazioni etiche di cui siamo oggi testimoni e attori al carattere “inedito, senza precedenti”, che risulta dalle applicazioni tecnologiche della scienza in campi così diversi della vita sociale [...] in sei settori: scienza della vita, ambiente, scambi economici, impresa, mass-media, politica».

⁴⁹ Existen autores que denuncian la instrumentalizaciones de la ética empresarial que, muy lejos de sus orígenes en la filosofía ética, buscan una aplicación para la práctica de algunos principios éticos, como

El problema al que se enfrenta la ética empresarial es aquel por el cual hasta el momento no se había enfrentado. En esta era de la globalización y de la información nunca antes se trató de manera consciente los efectos de la acción del ser humano y de las empresas sobre el medio ambiente y sobre la sociedad en general. No obstante, esta nueva llamada hacia la ética también nos hace mirar hacia los nuevos límites en los que se encuentran las consecuencias de las acciones de los seres humanos. Tengamos en cuenta que desde siempre la acción humana se ha analizado desde los parámetros de su localización concreta y sus efectos a corto plazo. En la actualidad, se ha llegado a la necesidad de pensar globalmente sobre la ética para contemplar con trascendencia aquellas acciones que pueden atravesar el marco concreto. De esa razón, no podemos pensar únicamente en las consecuencias para el presente, sino que debemos de reflexionar sobre las consecuencias que se puedan vertebrar para comprometernos con el futuro de la humanidad y del Planeta.

Somos conscientes de los efectos devastadores que el ser humano es capaz de realizar en el medio ambiente y a sí mismo sobre todo cuanto más avanzado tiene su desarrollo tecnológico al margen de la sostenibilidad y la ética. Ahora los ojos de la sociedad están centrados en las empresas capitalistas, en virtud del rol predominante que desempeñan en la vida social, en una mezcla de sentimientos de desconfianza y esperanza. Por un lado, tal desconfianza se justifica por parte de la sociedad porque ha comprendido que los verdaderos intereses de las empresas exigen más responsabilidad, como también más compromiso de los gobiernos en fiscalizarlas. Y por otro, el sentimiento de esperanza que se establece a partir del deseo de que esas mismas empresas comprendan también su rol en el desarrollo de la propia sociedad. De esa esperanza nace un compromiso para que asuman sus responsabilidades y principalmente desarrollen -con la ayuda de la propia ciencia y de la tecnología- nuevas formas de producción que sean menos degradantes, humanizantes y no contaminadoras a los interlocutores válidos, a la sociedad y al medio ambiente.

No podemos olvidar que la empresa capitalista, como cualquier otra organización social, necesita legitimar su propia existencia para ser validable, y tal legitimidad, como nos explica el profesor D. García-Marzá, responde a:

una nueva forma de hacer marketing empresarial. Véase un claro ejemplo, en: Bittencourt Meira, F. (2010): "Business ethics in movement: tracing the limits of the field", en: *Revista Gestão e Planejamento*, 11 (1) Salvador, pp. 119-138.

«La creencia o convicción de que su funcionamiento responde a determinadas expectativas que la sociedad, los diferentes grupos implicados o afectados por su actividad depositaron en ella. En ese sentido, entendemos la legitimidad como una pretensión normativa de validez que la empresa reclama para sí como corporación»⁵⁰.

A partir de esta clave, creemos fundamental el tener que comprometernos en esta cuestión y proponer un modelo de ética empresarial que atienda a las especificidades y necesidades de las personas que están implicadas en la misma. Las teorías administrativas sobre la variable humana -considerada desde los recursos humanos- no poseen contenidos específicos con serios fundamentos ontológicos, ni tampoco una coherente hoja de ruta ante la complejidad del ser humano y la fenomenología de su acción y consecuencias. Es más, existen muchas teorías administrativas, e incluso teorías de éticas empresariales, limitadas al no tener en cuenta todas las dimensiones de la organización que afectan a las personas. ¿Hasta qué punto la misión o visión de la empresa pueden afectar a la salud o la motivación de los trabajadores?

Es evidente que estamos en la necesidad de superar nuestra tendencia a fragmentar y simplificar la complejidad en la que nos encontramos. Los modelos administrativos al invertir el rol del trabajador en cosificación tecnológica terminan por vaciar el valor mismo de la capacidad del ser humano y su subjetividad. De ahí, que estemos de acuerdo con lo que Marx llamó «*la alienación del hombre*» por parte del trabajo, sacando como resultado consecuencias nefastas para la salud del individuo, tanto física como mental.

Necesitamos reflexionar críticamente sobre las organizaciones, sobre sus modelos teóricos y sus aspectos principales, así como la manera en cómo la empresa actúa con sus colaboradores internos y externos (interlocutores válidos). Para nosotros, es mucho más ético pensar en el trabajador como socio de un proyecto común, que como recurso.

De este modo, entra en juego la responsabilidad ética de la empresa con sus colaboradores internos, que tradicionalmente fueron denominados recursos humanos y que hoy se le llaman los *stakeholders*⁵¹. Para los autores que defiende esa perspectiva,

⁵⁰ García-Marzá, D. (2004): "Confianza y poder: la responsabilidad moral de las empresas de comunicación", en: Cortina, A., coord., *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta, p. 201.

⁵¹ Los "stakeholders" son individuos o grupos de individuos que afirman tener algún interés por el negocio de una empresa, una vez que les pueden afectar las acciones o prácticas de la misma. Véase un

las sociedades contemporáneas se han movilizado cada vez más con vistas a una moralización de las empresas capitalistas. Las discusiones sobre la demanda y necesidad de moralización de la empresa buscan redefinir la propia misión y visión de las organizaciones para ser comprendidas como instituciones sociales. Es decir, ofrecer bienes y servicios para el bienestar social como compromiso mismo de su misma identidad.

III.- REPENSAR LA ÉTICA EMPRESARIAL

Planteada la pregunta y la necesidad por la ética empresarial quisiéramos repesarla desde su propia realidad. Tengamos en cuenta que a partir de la década de los años setenta comienza a ponerse en marcha este tipo de pensamiento empresarial con las llamadas “Ética de los negocios” (*business ethic*), “Ética empresarial”, “Ética de la gestión”, “Ética de la organización” o “Ética de la dirección” (*management*). Todas ellas justificadas desde distintos parámetros pero centradas hacia el mismo fin.

Para concluir este capítulo nos gustaría mostrar algunos indicios que nos lleven a repensar sobre la pregunta por el *ethos* empresarial y comprender una posible ética en el mundo de la empresa.

3.1.- El valor de la confianza

Ante las múltiples noticias de malas prácticas por parte de las empresas se ha desarrollado una alarmante preocupación y reivindicación por parte de la opinión pública por recuperar “*la credibilidad de las empresas*”.

La empresa, ante todo, ha de sentirse creíble a sí misma en su actuación presente y en sus proyectos de futuro, puesto que es la base de toda relación de intercambio, siendo así su valor fundamental para componer su imagen y el motor de su posicionamiento en el mercado. Además, tal credibilidad es un valor que se estructura en tres hábitos o virtudes⁵²:

- (1) La capacidad de la empresa para abordar las tareas que conducen al producto ofertado implica la *pericia* en términos generales. Sin embargo, las investigaciones al respecto arrojan términos tales como “competente”,

interesante estudio sobre la teoría de los stakeholders, en: Carrol, A.B. (1996): *Business and society: ethics and stakeholders management*, Cincinnati, ITF.

⁵² Cf. Sánchez Galán, J.R. (2011): *La empresa humana. Las organizaciones y el hombre*, Madrid, Visión Libros, p. 126.

“hábil”, “experimentada”, e incluso “inteligente”. Cualquiera de ellos son sinónimos específicos de la capacidad.

- (2) La *honradez* de la empresa entraría a formar parte de una forma de ética de la excelencia empresarial y un evidente acercamiento a las disfunciones o efectos perniciosos que pueden provocar a la sociedad aquellos modos de actuación contrarios a la moral y a las buenas costumbres imperantes en ella.
- (3) La *potencia* que exhibe la empresa en el contexto en el que habita es derivada por su patrimonio (instalaciones, equipos, capital societario,...) y de su dinamismo interno (lanzamiento de nuevos productos, fusiones y adquisiciones de otras empresas, apertura de mercados,...). La potencia, además, es fácilmente asociable con el liderazgo de la empresa en el mercado, lo cual afianza aún más su imagen de credibilidad.

De esta búsqueda de credibilidad pública nos preguntamos: ¿la teoría (o práctica) de la irresponsabilidad social de la empresa está unida sistémicamente a la idea de empresa y sus instituciones? o, por el contrario ¿la ética es capaz de producir beneficios sin que sea obstáculo?⁵³

Resulta evidente que la falta de credibilidad no es una buena carta de presentación para el universo empresarial y social. ¿Dónde encontrar este punto de fricción para el avance de lo que queremos buscar: “*la unión entre ética y empresa*”? Justamente en la confianza.

3.2- La prudencia en la toma de decisiones

La virtud de la *confianza empresarial* es definida como la «*disposición para depender de un socio en una serie de negocios*»⁵⁴. Desde una perspectiva interpersonal, confianza es «*[...] una expectativa generalizada que tiene un individuo del que se*

⁵³ «Necesitamos un nuevo enfoque para volver a reconstruir la confianza mediante la colaboración de todos los “partners” implicados, gobiernos, empresas y organizaciones de la sociedad civil, para ejercer la autocritica y sumarse a un esfuerzo conjunto de recuperación de la credibilidad social. Es un error pensar que gran parte de la responsabilidad recae sólo o principalmente en una de las partes, sean gobiernos, empresas u organizaciones no gubernamentales. Creo que la recuperación de la confianza es el principal valor para sustentar y promover la responsabilidad social corporativa», en: Jiménez Araya, T., ed., et alii (2010): *Hacia una nueva ética económica global. Innovación vs Statu quo*, Madrid, Huygens, p. 82.

⁵⁴ Moorman, C. – Zaltman, G. – Dehpandé, R. (1992): “Relationships between providers and users of market research. The dynamics of trust within and between organizations”, en: *Journal of marketing research*, 29 (Agosto), pp. 314-329.

puede contar con la palabra del otro»⁵⁵. Efectivamente, la confianza ofrece a los socios de negocios una forma de enfrentar el riesgo o la incertidumbre en las relaciones de intercambio y la creencia de que la otra parte no abusará de la situación. Esta expectativa limita el conjunto de acciones posibles, reduciendo así la incertidumbre de las acciones de los socios y proporcionando la libertad de elección para emprender acciones alternativas.

En definitiva, la confianza es «[...] la firme creencia de que la otra compañía emprenderá acciones que producirán resultados positivos para mi empresa al igual que no emprenderá acciones inesperadas que produzcan resultados negativos»⁵⁶. De ese modo establece que las relaciones funcionen de manera efectiva que antes reduciendo la conducta oportunista, la complejidad y fomentando la cooperación y la coordinación. A pesar de la multidisciplinariedad del concepto confianza no existen diferencias importantes entre unas y otras consideraciones.

Este tipo de confianza no se puede lograr en un *corto plazo* donde su obsesión se centra en la actividad inmediata del presente, porque tal virtud necesita ser labrada y ganada en el tiempo. Recuérdese que el *largo plazo* era una de las cuestiones que nos hacía repensar en la presunta inutilidad de reflexión ética en la empresa

De ahí, que nos cuestionemos para el avance de la investigación: ¿la empresa como organización debe asumir la responsabilidad de aquellas decisiones que afectan al futuro?; ¿su tiempo está focalizado en el *corto plazo* (presente) o por el contrario, debe desplegarse en el desarrollo de una acción a *largo plazo* (vinculada hacia un futuro)? Normalmente se sostiene que una empresa que gaste energía y esfuerzo en el máximo beneficio a *corto plazo* está avisada a su propio suicidio, puesto que no aboga por una supervivencia en la realidad competitiva. ¿Qué debemos de proponer ante lo expuesto? Entendemos que la responsabilidad a *largo plazo* puede ser garantía de supervivencia.

Tomás Tuleja propone que aquellas empresas que se disponen a trabajar por la responsabilidad bien entendida serán aquellas que producirán mejores resultados, puesto que en el largo plazo -es decir, en el más allá de la ética (valores éticos)- encontramos el espacio temporal en el que se refuerza y se proyecta el más acá de la cuenta de los

⁵⁵ Rotter, J. B. (1995): "A new scale for the measurement of international trust", en: *Journal of personality*, 35 (4) pp. 651-665.

⁵⁶ Anderson, J. - Narus, J.A. (1990): "Model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships", en: *Journal of Marketing*, 54 (Enero), pp. 42-58.

resultados⁵⁷. Desde esta perspectiva, hablar de ética empresarial no sería una contradicción en los términos en los que estamos exponiendo, sino que la empresa se concebiría como una corporación con fuerza para el cambio social. En este sentido, no se entendería sólo como una organización económica, sino también como una institución social, con una responsabilidad con la Comunidad y no sólo con los accionistas y empleados.

¿Podríamos afirmar que la ética (o al menos un tipo de ética coherente) es rentable? Creemos que sí, y desde esta afirmación se encamina nuestra propuesta de investigación.

3.3.- La acción ética empresarial como el hacerse cargo organizacional

Es ya antiguo el debate acerca de en qué medida las organizaciones tienen obligaciones con su entorno y/o con sus trabajadores más allá de la distribución de los productos y servicios que llevan a cabo y del cumplimiento de la regulación. Todo ello depende de la idea de ética de cada individuo. No podemos olvidar que, mientras que para algunos se exige simplemente el cumplimiento con la regulación, para otros es mucho más. En consecuencia, aunque existan razones de carácter económico que explican qué tipo de comportamientos organizativos ha de tomarse, el debate moral supera a veces los límites de lo meramente económico.

Pensemos que la comprensión de la empresa ha ido evolucionando paulatinamente durante estas últimas décadas. A parte de ser entendida como espacio de tejidos humanos, siendo éstos los principales agentes de su propia forma de ser y que en muchas ocasiones, también han tomado protagonismos sujetos sin escrúpulos y motivados por el afán de lucro. De ahí que nuestra intención quiera entender a la empresa como una institución socialmente económica que posee una muy seria tarea de actuar como responsable moral *con* y *para* la sociedad (consumidores, accionistas, empleados, proveedores,...).

Recuérdese que la empresa es una organización, y como tal, se define como aquella que tiene un tipo de entidad que se distiende en el pasado, presente y futuro, y que no se simplifica en la suma de piezas humanas. Como organización, la empresa es aquella que ha de responder y hacerse cargo de su realidad a partir de unas funciones

⁵⁷ Cf. Tuleja, T. (1987): *Más allá de la cuenta de los resultados. Cómo los líderes empresariales están convirtiendo la ética en beneficios*, Barcelona, Plaza&Janes, p. 87.

propias y sociales, puesto que tales responsabilidades son decisiones morales. En otras palabras: la responsabilidad (o el hacerse cargo) de los individuos no se confunde en medio del conjunto de la empresa; al contrario, puede ser corporativa y comunitaria, y le da sentido.

Por tanto, una ética de la empresa orientada como corporación propone una relación entre la ética y la empresa que se hace, no sólo posible, sino necesaria, y se preocupa por sus miembros desde la formación, el cuidado y la educación. Y eso lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social Corporativa y que ha entrado en nuestro escenario empresarial para mejorar la estructuración y transversalidad ética en la empresa. Sin embargo, habría que aclarar ciertos interrogantes: ¿es legítimo hablar de ética o de responsabilidad social en los negocios? ¿Cuáles son las distintas posiciones que existen en este debate? ¿Qué implicaciones se derivan de cada una de ellas? ¿Por qué en los últimos tiempos hemos presenciado un giro notable en cuanto a la preocupación respecto a este problema?⁵⁸ Sobre esta cuestión nos explayaremos mucho más en el capítulo dedicado exclusivamente a la Responsabilidad Social Corporativa.

3.4.- La empresa y su dimensión social

La empresa es una organización que se instaura y se planifica en sociedades post-capitalistas. Su clave ha estado acentuada, no tanto como una familia o Estado-Nación, sino como una organización. Por tanto, una ética de las organizaciones posee un contenido indispensable para lograr dos objetivos: (1) reconstruir el tejido de una sociedad, y (2) re-moralizarla. Vamos paulatinamente desgranando esta idea de la empresa como organización como una razón más para pensar en la pregunta por la ética empresarial.

Recordemos que una empresa es una organización gobernada por unos directivos que supervisan a sus empleados. Teniendo en cuenta este primer axioma, al introducir la reflexión ética dentro de la misma, lo primero que tendríamos que plantearnos es: ¿habría que pensar la ética de la empresa dirigida hacia el directivo (el que toma la decisión en la empresa) o involucra a todos los miembros considerados de modo individual?, o por el contrario, ¿habría que enfocarlo al conjunto en general que componen la empresa y sus grupos de interés? Si tuviéramos que centrar la atención al

⁵⁸ Cf. Fernández, E. – Junquera, B. – del Río, J.A. (2008): *Iniciación a los negocios. Aspectos directivos*, Madrid, Paraninfo, pp. 216-217.

colectivo, ¿existiría tal sujeto colectivo?, ¿cuál sería su sentido? Estemos atentos a lo preguntado puesto que la pregunta no es banal ya que estamos acostumbrados a relacionar la ética desde una visión individual.

¿Qué tendríamos que hacer para avanzar en esta pregunta que nos deja en una cierto vacío entre lo individual y lo colectivo? Sabemos que la ética por su propia excelencia responde a la realidad individual de la persona. Y esta ética la queremos definir como el saber que busca la cualidad que solo se puede aplicar en la persona, porque en ella entra en juego la libertad y la responsabilidad. Pero, ¿solo ahí actúa la ética? Existe otro aspecto donde ese despliega esta reflexión más allá de la dimensión individual: en la dimensión social. Vamos a pararnos en esta cuestión.

Así como, por un lado, la ética personal se maneja en el fin y contenido de la acción que realiza el sujeto sobre sí mismo y en sus relaciones para poder activar un manejo equilibrado en su realidad en sintonía con un conjunto de valores establecidos. Por otro, la ética social tendrá por objeto la reflexión crítica sobre las estructuras existentes y la acción colectiva para la búsqueda de instancias que sean justas. Toda ella bajo un objetivo: «*qué tipo de personas*» queremos formar y «*qué tipo de sociedad*» queremos construir⁵⁹.

En otras palabras, así como la *ética personal* centra su atención en la acción del individuo y en un sujeto que actúa sobre sí mismo y ante los demás en la búsqueda del desarrollo de una serie de valores por los que ha optado libre y responsablemente; la *ética colectiva* es aquella que busca la deslocalización de una ética individualista en las decisiones inmediatas de cada sujeto en el entramado de sus opciones, acciones o resultados inmediatos dentro del espacio colectivo, ya que en ella entra en juego el diálogo con la interacción del otro(s) en estructuras sociales complejas.

Esta relación entre una *ética personal* y una *ética colectiva* (social) necesita ser entendida de manera general para no caer en simples reduccionismos. De ahí, que nos preguntemos, ¿cómo empezar el camino para abrir una brecha y hacer más coherente esta relación entre ética colectiva y ética personal? Nuestra propuesta intenta descubrirla a partir de un concepto que se inserta en la reflexión: *dimensión*. Y queremos introducir el término “dimensión” en la realidad personal y social porque de este modo subrayaríamos de modo más coherente la relación entre ambas. Para ello, entendemos que esta enfatización produciría una sana descripción en el momento de un individuo

⁵⁹ Cf. Camacho, I. - *et ali* (2013): *Ética y responsabilidad empresarial*, Bilbao, Desclée, pp. 24-25.

que realiza un juicio ético sobre una determinada realidad social⁶⁰. A partir de ese marco teórico se ponen en juego las propias convicciones éticas de la persona para la contribución del *ente social* en la producción de transformaciones en una vida digna en *instancias justas*.

¿Y qué supondría la dimensión social en este juego de relación? Justamente el reconocimiento de la existencia de estructuras sociales como *entes no-controlables* y autónomos que no dependen de la sola voluntad del sujeto (directivo o accionista) que quiere obrar éticamente. No obstante, la ética no puede quedar al margen, o hacer oído sordo, puesto que detrás de esas estructuras sociales late una forma concreta de comprender la pregunta por el ser de la persona y de la sociedad que puede ser sometida a reflexión, crítica o transformación.

¿Cuál es el interés de la ética en *pro* de las estructuras sociales para el individuo y la vida en general? Creemos que desde ella consideremos dos lugares de reflexión: (1) por las posibilidades de poder modificarlas y (2) en la incidencia en el grado de influencia sobre los comportamientos individuales. Desde estos dos posicionamientos entramos en la realidad compleja de las relaciones que existen entre persona y sociedad, puesto que no son realidades independientes entre sí.

Los sociólogos Peter Ludwig Berger y Thomas Luckman, en un texto que marcó toda una época a finales de los años setenta, tratan de demostrar que toda la realidad social no es otra cosa que una construcción de la misma sociedad. En tal estudio, entienden que la sociedad se construye a partir de tres claves fundamentales: (1) el producto humano en la vida cotidiana, (2) la sociedad como realidad objetiva y (3) la sociedad como realidad subjetiva. Aunque sendas parecen incompatibles por sí mismas vistas de manera particular, no tendrían sentido pues mutuamente se necesitan. Sólo considerándolas en su conjunto podríamos encontrar el resultado de una visión de la persona que sea capaz de servir de soporte a una ética coherente con la doble condición: personal y social⁶¹.

⁶⁰ Cf. Op. cit., pp. 25-28.

⁶¹ Para el análisis de la vida cotidiana, Berger y Luckman parten de la sociología fenomenológica de Schutz. La principal cuestión que plantean es cómo es posible nuestro conocimiento del mundo de la vida, es decir, cuáles son las relaciones entre la realidad objetiva y nuestra conciencia de esa realidad. Para dilucidar esta cuestión, parten de una serie de supuestos básicos como son: la realidad de la vida cotidiana es inseparable de nuestra conciencia de la misma; dicha conciencia es un producto de nuestra acción en el mundo, acción que compartimos con otras personas, lo que hace que nuestra vida cotidiana sea un mundo compartido e intersubjetivo. Véase, en: Berger, P.L. - Luckman, Th. (1972): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.

¿Tendría la ética en su dimensión social que limitarse a tomar posición ante las construcciones sociales y ser sometida a juicio, o por el contrario habría que reflexionar por su transformación e influencia en su acción? Entendemos que habría, y con todo lo que se pueda pensar en su debate, que hablar de acción colectiva y sus mecanismos, tendría un efecto más indirecto que la acción individual. Sin embargo, aunque indirecta, la acción colectiva posee mayores beneficios en su acción puesto que podría revertir mayores posibilidades de influencia en los procesos de la opinión pública, creación de iniciativas colectivas de sensibilización o presión social, construcción de un plan educativo y formación para los niños y jóvenes, y demanda de actividades políticas.

Visto hasta ahora esta realidad de la ética en la dimensión social, tendríamos que matizar un poco más sobre esta contraposición entre lo personal y lo social. Tengamos en cuenta los diferentes niveles de asociación o agrupamiento de personas, pues no es lo mismo un grupo de *referencia personal* (amigos, familia, pareja,...), que una *institución* (universidad), que una *organización* (empresa) o la *sociedad* en general. Todas ellas tienen en común la llamada a responder con responsabilidad de manera compartida en el ámbito en el que se encuentran, pero en cada una -y en particular- existe una exhortación a la aplicación de la responsabilidad que cada individuo posee en esa colectividad para la contribución en ella.

Podríamos incluso, abrir el abanico y descubrir las dimensiones en las que se puede desprender la reflexión a partir de lo expuesto:

- (1) una *dimensión personal*;
- (2) una *dimensión organizacional*, que abarca los niveles intermedios donde el individuo asume su rol correspondiente en medio de esa organización;
- (3) y una *dimensión social*, como el resultado del modo de ser personal y organizacional en la convivencia social y su estructura.

¿Qué papel juega la ética en todo este abanico triádico? Buscar el equilibrio entre ellas, teniendo en cuenta un *modus operandi* que se encarne desde las siguientes claves:

1. La *dimensión personal* como base de una propuesta moral.
2. La *autonomía de acción* de la persona no como totalidad, porque el sujeto está condicionado por su subjetividad, contexto y circunstancia.
3. Dependencia entre el sujeto humano y la estructura social como relación recíproca (*reciprocidad*).

4. La *inmersión de la persona en instituciones justas* (AAVV, organizaciones como la empresa, asociaciones eclesiásticas, ONG's,...) como lugares privilegiados para la actuación por la mejora ética de la sociedad, ya que poseen mayor margen de maniobra en el *constructo social* que un individuo que actúa de modo particular.
5. La *acción del individuo* ante la existencia propia y sus relaciones inmediatas están orientadas por un sistema de valores determinados. ¿Qué hacen esos valores? Posibilitar el juicio moral y las opciones concretas.

3.5.- El retorno al papel del líder

Para organizar y hacer praxis de la ética empresarial es indispensable disponer de la presencia de líderes. Es decir, aquellos sujetos que poseen capacidad *managerial* como figuras centrales en el mundo social y el mundo de la empresa.

El pensador escocés Alasdair MacIntyre señala que el *manager* es aquel personaje central de la sociedad postcapitalista. El autor precisa del sustantivo “personaje” porque quiere subrayar su papel en sentido teatral⁶². ¿Qué es un *manager* basándonos en la propuesta de MacIntyre? Aquel que incorpora con claridad los objetivos que se propone, poseyendo una gran habilidad para imaginar e introducir creativamente medios que le permitan alcanzar los objetivos propuestos por su organización. Es una persona dotada de habilidades como la iniciativa, la imaginación y la innovación. No se encuentra interrumpido o inmovilizado en las soluciones ya conocidas y tradicionales, sino que busca nuevas estrategias.

Por tanto, el *manager* es el que posee las anteriores cualidades en un marco de negociación y no de conflicto, puesto que su coste y gasto de energía le renta más en el beneficio por el pacto y no en el problema. Es alguien que trabaja como si fuera un escultor, es decir saca lo mejor de la materia prima que posee en su organización. Al trabajar con personas desarrolla y elabora en cada una de ellas sus mejores aptitudes

⁶² Cf. MacIntyre, A. (2001): *Tras la virtud*, Barcelona, Editorial Crítica, p. 39: «Elijo la palabra “personaje” para ellos precisamente por la manera en que se vincula con asociaciones dramáticas y morales. Muchos papeles ocupacionales modernos (como el de dentista o el de basurero, por ejemplo) no son “personajes” en la forma en que lo es un burócrata; muchos papeles de situación modernos (como el de un pensionista de la clase media baja, por ejemplo) no son “personajes” del modo que un rico ocioso moderno lo es. En el caso de un “personaje”, papel y personalidad se funden en grado superior al habitual; en el caso de un “personaje”, las posibilidades de acción están definidas de forma más limitada».

para ubicarlos en el lugar donde puedan ser más eficaces⁶³. ¿Cuál sería el beneficio en esa labor de escultor humano? Podríamos destacar dos beneficios: (1) la empresa se vale de las capacidades de aquellos empleados con los que cuenta, y (2) los empleados se verán satisfechos y realizados de su contribución, así como identificados y pertenecientes a la organización en beneficio mutuo, porque un *manager* «[...]moral legitima un modo de existencia social»⁶⁴.

3.6.- La empresa como espacio comunitario

En una cultura del individualismo -propia y generada por la modernidad- se han producido un cúmulo de insatisfacciones para definir a un sujeto *des-contextualizado*. La cultura moderna propone un sujeto de derechos y deberes y ciudadano de un mundo libre. Sin embargo, plantea un espacio donde generalmente se olvidan las raíces concretas del sujeto (familia, ideología, escuela, religión,...). Es decir, da la espalda a aquellos lugares donde se aprenden los valores morales para crear pertenencia y poner en juego en sentido de su identidad⁶⁵.

Desde este síntoma social de *des-contextualización*, que veíamos más arriba, podríamos preguntarnos: ¿podría la empresa ser aquella comunidad social que propone a sus miembros un mundo con sentido? O dicho de otro modo: ¿es capaz de ofrecer la empresa un sentido de pertenencia, valores compartidos, tareas comunes, bien común,... y que camine hacia un sentido de excelencia?

Creemos que la cultura corporativa, que parte de la existencia de un *yo-concreto*, propone un espacio adecuado y sano donde el “yo” puede sentirse integrado e incorporado. ¿No significaría esto una forma de reclamar una ética dialógica que va de la simple eficiencia encarnada en la confianza, y que asume el camino inverso que va desde la cantidad a la calidad, del conflicto a la cooperación y del negocio salvaje a la responsabilidad convencida?

3.7.- Las decisiones en conciencia contra el servilismo empresarial

Para proponer una ética de las instituciones habría que superar ciertas barreras morales que se suelen efectuar en el mundo empresarial. ¿Barreras morales? Decimos muy bien al usar esta expresión, puesto que así como las instancias sociales exhortan y

⁶³ Cf. Cortina: *Ética de la empresa*, p. 82.

⁶⁴ Cf. MacIntyre: *Tras la virtud*, p. 41.

⁶⁵ Cf. Cortina: *Ética de la empresa*, pp. 83-84.

proponen un aumento de la moralidad, se exige que el perfil del implicado en la institución posea cierta excelencia moral en sus acciones.

¿Hacia dónde queremos encaminar esta propuesta? Recordemos que hubo un tiempo en el que la presencia de personas con valentía (llámense *héroes*, o *mártires*) eran admirados como modelos de conducta. Eran personas que obedecían a un “*Mandato categórico*” y estaban investidos de una virtud. Hoy en día este modelo de conducta moral ya no interesa al ciudadano ordinario. Casi que lo único que la única motivación es que simplemente sean respetados sus derechos en medio de un marco de sociedad ordenada (institución justa). Sin embargo, no existe ninguna motivación para aquellas causas supercategorizadas⁶⁶.

¿Cuál es el dilema ético de nuestra época? En primer lugar, que nadie quiere comportarse de aquella manera heroica. Y en segundo lugar, quieren ser moralmente aceptados en el seno de la institución sin producir problemas y conflictos, a pesar de que se les provoque a actuar heroicamente cuando su propia moralidad va en contra de la propuesta empresarial.

La empresa tiene por objeto, satisfacer necesidades humanas sin engaño dentro de un marco moral de respeto. Su estructura está confeccionada para que las decisiones que se establezcan para los implicados sean correctas y sin necesidad de sacrificios. Pero en cuanto observamos el diseño y funcionamiento de la organización empresarial en el día a día descubrimos que es otro. A saber: que aquellos que quieren tomar decisiones honradas, están en la obligación de actuar de modo que su decisión está en la paradoja de ejercer entre la permanencia de su puesto de trabajo o sus propios principios.

¿Cuál es la propuesta de este dilema para la creación de una ética de la empresa? Equilibrar la situación de inestabilidad e intranquilidad cuando se debe tomar una decisión, que aunque contraria a la idea de la empresa, sea conforme a su conciencia. ¿Habrá que preguntarse si en verdad el problema es de diseño o funcionamiento de la empresa? o por el contrario, ¿habría que hacer una *re-moralización* de la empresa para que los implicados puedan comportarse sin necesidad de ejercer como héroes o mártires?, ¿qué postura o solución podríamos dar a tal dilema? *Re-moralizar* la empresa desde dos pautas de conducta: (1) hacerle recordar a la misma cuáles son sus fines

⁶⁶ Cf. Op. cit., pp. 84-85.

(aquellos que le dan sentido) y que los legitima socialmente, y (2) alcanzar la aptitud de un funcionamiento y estilo (carácter) al amparo de sus propios fines.

Y si así fuera, ¿cuál sería el resultado? Creemos que quienes trabajan pueden hacer correctamente su función sin necesidad de sacrificar o martirizar su puesto a partir de una decisión paradójica entre el trabajo y su propia conciencia.

3.8.- La ética empresarial en una sociedad postconvencional

Vistas las dificultades y los nuevos cambios en los que se establece el matrimonio que queremos fundamentar, demandamos claves que nos ayuden a esa *re-moralización* en medio de una sociedad postcapitalista. ¿Por dónde empezar para esta *re-moralización*? En primer lugar, dando sentido nuevo y carácter a la empresa, y, en segundo lugar, eligiendo y decidiendo desde un factor más humano. Y, ¿cómo podríamos enfocar nuestra mirada en la revitalización de la organización como clave de su misma supervivencia y excelencia moral? Pensemos que la ética empresarial es una necesidad también al segundo nivel de la ética, puesto que eludir lo que la razón nos ha llevado a recoger en este momento de la historia nos hace repensar en el universo de los derechos humanos. Es lo que autores como K. O. Apel⁶⁷, L. Kohlberg⁶⁸ o J. Habermas⁶⁹ han llamado la presencia de un *nivel moral postconvencional*.

Con esta denominación, dichos autores sugieren que la sociedad no se considere justa sobre aquello que se adecúa a las normas de una sociedad concreta, sino a partir de principios universales, derechos humanos y valores superiores como resultado de los avances en sociedades democráticas occidentales. En principio, las éticas postconvencionales entienden que la persona es capaz de distinguir las normas comunitarias establecidas convenientemente y de los principios universalistas de

⁶⁷ Cf. Apel, K.O. (1985): “El a priori de la comunidad de comunicación y los fundamentos éticos”, en: *La transformación de la filosofía*, Vol 2, Madrid, Tauros, p. 187. Apel entiende la racionalidad postconvencional como la disposición al reconocimiento y consideración de la igualdad de derechos de todos los compañeros de interacción.

⁶⁸ Cf. Kohlberg, L. (1992): *Psicología del desarrollo moral*, Bilbao, Desclee.

⁶⁹ Cf. Habermas, J. (1996): “Ética del Discurso. Notas sobre un programa de fundamentación”, en: *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, Península. O véase también, Nielsen, T.M. (1990): “Jürgen Habermas: morality, society and ethics”, en: *Acta sociológica*, 33 (2). La gran diferencia de Habermas con el paradigma liberal sobre la etapa postconvencional, se encuentra en punto de encuentro sobre la fuente de los derechos fundamentales. Así como para J. Rawls los derechos se refieren a una ética de bienes de derechos subjetivos; para Habermas, los derechos no son subjetivos, sino producto de la intersubjetividad comunicativa y los presupuestos procedimentales del discurso, es decir el reconocimiento de cualquier otro como un interlocutor válido con el que se puede llegar al entendimiento.

justicia, como principios que propician un equilibrio sobre el grado de moralidad de las normas de cualquier comunidad, incluida la suya⁷⁰.

De ahí, que cualquier persona que no sea respetada o legitimada por esos logros ya conseguidos por la razón es capaz de rechazar de antemano cualquier tipo de degradación, inferioridad o invulnerabilidad. Esta idea la tomaremos en consideración cuando lleguemos al segundo capítulo sobre la fundamentación de la ética empresarial desde parámetro de ética discursiva o ética dialógica.

III.- A MODO DE CONCLUSIÓN

A lo largo de este capítulo hemos intentado detenernos en mostrar el problema en el que se encuentra la ética empresarial. Sin embargo, hemos dado atisbos hacia algunas razones que nos hacen ver que la ética empresarial es un espacio que reúne la rentabilidad, la democratización, la responsabilidad, la excelencia y que educa para el comportamiento ético de nuevos sujetos postconvencionales.

Al mismo tiempo, hemos sido capaces de exponer algunas de las razones para repensar de nuevo el problema de la ética empresarial para así entender la necesidad de ese estatuto epistemológico al que aludíamos para volver a la necesidad por la confianza y la toma de decisiones a largo plazo. Hemos intentado contextualizar la ética empresarial a partir de la organización como contexto privilegiado para su compromiso con el *ente social*. Hemos visto la necesidad de volver a retomar la pregunta por la ética en un contexto de desmotivación y cansancio. Hemos despejado las dificultades de aplicar una ética social y entender a la empresa como un espacio para el diálogo a partir de lo que nos pueden ofrecer las éticas discursivas en sociedades en un nivel moral postconvencional. Sin embargo, no hemos entrelazado el posible camino hacia la fundamentación de la ética empresarial.

Nuestra intención a lo largo de este primer capítulo ha sido únicamente repensar una nueva forma de hacer ética sin necesidad de entrar en discursos cínicos y desconfiados. Para ello, procuraremos con la ayuda del filósofo francés Paul Ricoeur plantear la ética empresarial desde la idea de “la pequeña ética” (*petite éthique*). La

⁷⁰ Cf. Cortina, A. – Martínez Navarro, E. (2008): *Ética*, Madrid, AKAL, p. 40. Sigue la cita: «[...] Las éticas que asumen los descubrimientos de Kohlberg (ética que podemos llamar “universalistas”) intentan dar razón de la existencia de ese nivel postconvencional de la conciencia moral, y por ello se niegan a reducir la moralidad a la mera constatación de lo que se considera bueno y correcto en las distintas tradiciones de las comunidades concretas».

clave de esta propuesta radicaré justamente en la aptitud de reconocernos capaces de dar cuenta⁷¹ en una institución justa junto a otras personas. Véase que esta premisa nos ayudará muy y mucho a la consideración de una forma de entender la responsabilidad como base teórica para exponer la RSC como punto de encuentro dentro del universo de la ética empresarial.

Sin embargo, previo a esa consideración entendemos que nos haría falta entrar en la pregunta por “la pequeña ética” guiando nuestra investigación a lo que Ricoeur llamará «*Corriente arriba*»⁷² (de la moralina a la ética fundamental) y «*Corriente abajo*» (de la ética hasta los dominios dispersos de aplicación en el universo empresarial). De la ética fundamental a la ética concreta de la empresa pasando por la moral de obligación, pensamos que podríamos encontrar una buena fórmula de poder describir la “*la pequeña ética*”⁷³ y desarrollar, así, una ética empresarial que pueda aportar mucho de sí en los entramados temporales de nuestra sociedad actual.

⁷¹ Cf. Ricoeur, P. (2008): *Lo justo 2*, Madrid, Trotta, pp. 9-10. El término que usa Ricoeur es del original *comptable*, que en castellano se traduce en responsable donde se sugiere a algo presupuesto en el mismo “*ser responsable*” (“tener poder de dar cuenta”).

⁷² Ricoeur jugará con los sentidos de las expresiones en *amont* y en *aval* que se suelen traducir “rio arriba/rio abajo”, “más arriba/más abajo”, “antes/después”. Todas ellas proceden originalmente del término francés *mont*, “monte” y *val*, “valle”.

⁷³ Ricoeur: *Lo justo 2*, p. 11.

CAPÍTULO II:

“LA FUNDAMENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ÉTICA EMPRESARIAL”

El floreciente aumento de debates, publicaciones, cursos y seminarios acerca de la ética empresarial nos hace repensar y confirmar, desde una perspectiva mucho más gnoseológica, el importante reto de encauzar una propuesta más adecuada a la realidad actual de la economía. Habría que destacar que tras la caída de la ideología marxista hemos especificado nuestra atención hacia valores que son cotidianos en nuestra vida diaria. Respecto a esta idea, pensemos que toda persona a lo largo de su vida busca encontrar un sentido que le impulse y le ayude a poder enfrentarse a los retos que la vida misma le ofrece. De ahí, que el trabajo sea convertida en un espacio privilegiado donde establecer una *estima de sí* en un curso de acción ya que ocupa gran parte de nuestro tiempo en medio de otras las personas bajo un espacio de reciprocidad para canalizar las necesidades en medio de las actividades empresariales. Dicho esto, vemos necesaria una llamada ante el sentido y la responsabilidad de la organización empresarial para elaborar una ética aplicada en la empresa que pueda cumplir con los requisitos de una cultura empresarial que pueda estar a la altura de los retos de las ciencias económicas y administrativas.

Pensemos que en nuestras sociedades democráticas occidentales la actividad económica se realiza gran parte dentro del marco de la organización de las empresas. De ahí, que estimemos que la ética empresarial no se pueda tratar exclusivamente en términos individuales, sino dentro de un marco colectivo, como hemos tratado en el capítulo anterior.

Esta clase de ética concreta no se puede reducir exclusivamente a un simple listado de cumplimientos exigidos para la solución de problemas coyunturales de la inmoralidad en las empresas. Si así hiciéramos, volveríamos al punto de inicio. ¿Qué hacer? Proponemos que exista una coherente configuración de un marco de comprensión ética que haga viable la ética empresarial. Para ello, y desde un análisis de la empresa dentro del sistema económico actual, tendríamos que examinar las exigencias de sentido, o de valores éticos, para que la conducta colectiva e individual - propia de las empresas- esté en coherencia con la dignidad humana de los sujetos.

A lo largo de la investigación hemos descubierto algo que nos ha llamado la atención: la notable ausencia de un marco de referencia intelectual para la discusión de los problemas concretos. Al observar esta deficiencia, descubrimos que la ética empresarial carece de un profundo paradigma epistemológico para facilitar las lecturas e interpretaciones de los problemas éticos que efectúan las ciencias económico-administrativas. A medida que profundizamos en este tema vamos descubriendo la necesidad de un enfoque más interdisciplinario y menos filosófico.

Por tanto, la ética empresarial exige no sólo la aportación de expertos en las ciencias económico-administrativas, sino también de los filósofos, psicólogos y sociólogos. Como afirma J. M. Lozano, «*no se puede hablar de valores hablando sólo de valores*»⁷⁴. Efectivamente, para hacer ética aplicada de la empresa hay que superar la línea entre el dualismo y la falta de medios que existe entre ética y administración. Podríamos destacar esta características como una de más destacadas de nuestra era.

En efecto, los expertos en ética empresarial no pueden dedicarse exclusivamente a cuestiones de fundamentación ética, o meta-ética, sin preocuparse de los reclamos inmanentes de las esferas vitales del día a día de la empresa. Sin embargo, tampoco los expertos en economía y administración pueden olvidarse de la dimensión trascendental y universal del desarrollo humano.

En este momento actual, la ética empresarial demanda un estatuto epistemológico interdisciplinar para el estudio de aquellas situaciones concretas que reclaman una conducta ética. Tal interdisciplinariedad desarrollaría áreas particulares para el estudio de aquellos problemas complejos, donde se admitiría no sólo el conocimiento científico positivista, sino también el de las disciplinas humanistas, como la antropología, la filosofía y la sociología. Todos los saberes, por diferentes que fueren en su objeto de estudio, pueden crear y articular lazos de unión para producir una relación de conocimiento unilateral en el que todos puedan enriquecerse y enriquecer.

Por ello en el presente capítulo lo vamos a dividir en tres partes que se irán complementando a lo largo del texto. Para la primera parte trazaremos algunas líneas que nos lleven a esa fundamentación basándonos en el planteamiento de la ética dialógica de K. O. Apel, J. Habermas, así como exponiendo sus limitaciones. Somos conscientes, valga como advertencia previa, que la ética dialógica no es ni la única ni la mejor de las teorías éticas, sin embargo creemos que es la que mejor se puede adaptar al

⁷⁴ Lozano, J.M. (1999): *Ética y empresa*, Madrid, Trotta, p. 21.

problema suscitado en el capítulo anterior. No obstante, en el camino, y a pesar de las dificultades y vacíos que este tipo de modelo nos ofrece, descubriremos tanto en el planteamiento A. MacIntyre como en el de Paul Ricoeur una interesante preocupación por el sujeto narrativo que se inscribe dentro de un espacio o institución justa que puede ayudarnos a tratar el tema con más coherencia. Entendemos que la propuesta ricoeuriana supone una fundamentación del uso de la narración como método. Y como tal su ética hermenéutica es también una ética narrativa que puede atender a lo particular, al contexto y a la propia vida en su intriga. De ahí que ofrezca elementos esenciales para fundamentar lo que se ha venido a llamar una “ética del cuidado”. En efecto, de algún modo, la idea de “la estima de sí con y para otros en la institución justa” sea la propuesta que nos haya llevado de la mano durante todo este tiempo. Y para la última parte procuraremos trazar algunas aportaciones que creemos que pueden ser de utilidad a la hora de plantear la ética empresarial a partir del concepto de responsabilidad. En efecto, veremos algunas caracterizaciones que nos ayudarán a estructurar y comprender de manera conjunta, ya *río abajo*, qué clase de ética empresarial deseamos pensar a partir de las distintas propuestas que hemos encontrado en el camino de la investigación.

I.- PUNTO DE PARTIDA

Cualquier especialista en filosofía moral sabe que la lucha por la definición por la ética y la moral sigue siendo el eterno debate. Es inútil tener que remitirnos a la etimología de ética y moral, puesto que teniendo diferente procedencia etimológica -la una procede del griego *ethos* y la otra del latín *mor-moris*-. Sin embargo, cada una posee la misma significación refiriéndose a lo mismo en lo que concierne al ámbito de las costumbres. Si bien es verdad que en la actualidad no existe un pacto universal sobre su relación y prioridad, descubrimos que entre ambas (ética y moral) hay un acuerdo mutuo sobre la necesidad de tener que disponer de ellas.

Ante tal dificultad, proponemos entender a la *moral* como un término estático de referencia con dos funciones: por un lado, designar el espacio para el cumplimiento de las leyes en el que se dictaminan los principios de aquello que está permitido y lo que no. Y por otro, el sentimiento de obligación que encarna la realidad subjetiva de la relación de un sujeto con las normas. Sin embargo, si giramos nuestra mirada al término *ética* vemos que su relación es con ella misma. Por ello, descubrimos -desde la

explicación que nos ofrece Paul Ricoeur- que es preciso dividir a la ética en dos formas de ser: “*río arriba*” (ética anterior), y “*río abajo*” de las normas (ética posterior)⁷⁵.

Partiendo de esta demostración sobre la necesidad de un concepto vemos que la *ética anterior* (o “*río arriba*”) tiende hacia la fundamentación de las normas en la vida y en el deseo; y la *ética posterior* (o “*río abajo*”) procura introducir las normas en situaciones concretas. La aspiración de la *ética anterior* es lograr ser una única forma de conferir de lo anterior de las normas para hacer aparecer contenidos en el plano de la sabiduría práctica (*ética posterior*).

De este modo, podríamos justificar el término *ética* para designar el antes y el después de las normas. Véase, que no es casualidad que podamos nombrar a la ética como un algo así como “*meta-moral*”, ni tampoco es imposible hacer una reflexión de segundo nivel sobre las normas, ni mucho menos, y por otra parte, aplicar dispositivos prácticos que inviten a poner a la ética en plural a prueba en situaciones concretas, como es el caso de la ética empresarial⁷⁶. Despleguemos esta idea a partir de lo que sigue con el análisis de la ética dialógica como punto de partida de este camino que proponemos.

1.1.- La ética dialógica en la ética empresarial

La ética dialógica, o ética del diálogo, ha sido una de las propuestas de la Filosofía Ética más fructíferas del pensamiento de final de siglo XX. Tal vez sea porque se ha presentado, por un lado, como una ética con pretensión universalista y alejada de dogmatismos heterodoxos y, por otro, como una ética aplicable a la realidad sociopolítica de las democracias occidentales. Tengamos en cuenta que la propuesta de los autores K. O. Apel o J. Habermas parte del fundamento filosófico de la liberal ética de mínimos que tantos frutos ha dado en la configuración de una praxis cívica en nuestras sociedades democráticas modernas.

El punto de partida la ética dialógica es la constatación fenomenológica del hecho moral. Es decir, la experiencia de la fragilidad, de la existencia humana, la violencia interior que genera toda injusticia y la “indignación” ante tanta barbarie ponen de manifiesto la presencia de una pretensión completamente humana de normatividad en el actuar intersubjetivo. Es la demanda de trascender razones para la protesta, de exigir un cambio de comportamiento y de justificar unas reglas de juego que puedan

⁷⁵ Cf. Ricoeur, P. (2008): *Lo justo 2*, Madrid, Trotta, pp. 47-48.

⁷⁶ Cf. Op. cit., 48.

salvaguardar esa dignidad que se nos manifiesta de modo apofático en la experiencia de la *in-dignación* propia de este contexto histórico en el que vivimos.

De este modo, el lugar de apoyo para iniciar el punto de partida nace desde el plano fenomenológico. Su escenario parte de la situación de la crisis de la razón ilustrada. Recordemos que esto fue lo que Apel llamó «*la dictadura del sistema de complementariedad*» y que hablamos en el capítulo anterior.

Sin embargo, habría que señalar que este punto de partida fenomenológico de la ética dialógica está lejos de seguir la vertiente fenomenológica de las éticas de los valores que proceden directamente del método iniciado por Husserl. Recordemos que su vertiente es puramente fenomenológica⁷⁷, como punto de apoyo frente a todo relativismo y subjetivismo ético. La ética discursiva (o dialógica) constata fenomenológicamente que no es la existencia de *los valores* lo que estructura su discurso, sino la necesidad humana de guiar racionalmente la praxis. De este modo, esta clase de ética, por un lado, es heredera del planteamiento kantiano de la trascendentalidad y, por otro, reformula dicha universalidad desde los postulados de una pragmática inserta en el lenguaje -en el sentido que advierte S. Toulmin-, como el punto de partida para una analogía entre las pretensiones de validez racional de las aserciones referentes al mundo físico y las pretensiones de validez de los juicios éticos. Así pues la fundamentación de las normas intersubjetivas (o juicios éticos) debería hacerse de forma argumentativa y analógica a la verdad.

1.1.1.- ¿Qué es la ética del diálogo?

La ética discursiva (o dialógica) se sitúa en el contexto de la argumentación a modo de *factum* irrefutable. De este modo, la argumentación se convierte en el contexto comunicativo al que todo sujeto racional está referido en cuanto racional. La pregunta fundamental⁷⁸ de la ética será -desde el planteamiento de Apel- si existen condiciones inherentes al discurso argumentativo que definan la corrección del proceso de argumentación-diálogo. De este modo quedaría configurado un procedimiento de discusión capaz de constituirse en la base sobre la que ir sustentando la eticidad de las normas de aplicación intersubjetiva.

Conviene señalar -cómo entiende Apel- el ámbito de una argumentación respecto de las normas intersubjetivas. Al igual que Habermas, entiende que todo

⁷⁷ Tomada, en parte, del análisis de la experiencia moral, en: Strawson, P.F. (1992): *Libertad y resentimiento*, Ciudad de México, IF-UNAM.

⁷⁸ En el sentido estricto de fundamentación.

individuo tiene un mundo de intereses vitales y objetivos personales, que parten de una manera plural e indefinida. A la hora de ponerse en práctica se confrontan y se enfrentan con otros intereses vitales de otros individuos, puesto que estamos todos situados en un contexto social del que no podemos aislarnos. Puede que estos intereses vitales sean compatibles y no excluyentes, pero puede que no. Puede que exista una rivalidad de intereses, es decir que la consecución de un objetivo vital de uno de los individuos impida la consecución del interés vital de otro individuo. Esta rivalidad de intereses vitales ha de ser resuelta. A no ser que queramos que la resolución sea por la vía de la fuerza -resolución que provocaría nuestra *indignación*-, viéndonos así abocados a usar de la argumentación para dilucidar cuál de estos intereses vitales ha de prevalecer.

Efectivamente, siempre que estamos situados en un diálogo argumentativo, que lo que realiza el sujeto, estamos elevando racionalmente las pretensiones de validez universal y postulando que nuestro interés vital es universalmente asumible⁷⁹. O viceversa, siempre que elevamos pretensiones racionales de validez universal en un diálogo. De algún modo, la propuesta nos lleva a entrar en un diálogo argumentativo, no como procedimiento para llegar a decisiones, sino para llevar a convicciones. En este sentido afirma Habermas:

«La argumentación no es un procedimiento de decisión que acabe en resoluciones, sino un procedimiento de solución de problemas que conduce a convicciones»⁸⁰.

Téngase en cuenta que se puede dar el caso en el que la argumentación iniciada pueda quedar en “tablas”. De este modo no se llega a un acuerdo, o consenso en un momento determinado, pues si en verdad es una cuestión moral quedará en la conciencia de los interlocutores ya que una de las posturas es la que merece reconocimiento aunque no se haga explícita. Y en algún momento de la historia se volverá a plantear⁸¹.

⁷⁹ Cómo no crear un círculo cerrado entre universalización y racionalización, es decir puede que al final algo es racional por ser universalizable, y no al revés. Al final lo racional sería un mero consenso. Sobre esta idea, Apel podría argumentar la necesidad de no-contradicción pragmática, no contradicción entre veracidad ilocucionaria y contenido prelocucionario, pero ¿cómo hacer este contraste pragmático en las situaciones reales del discurso? (1) “nivel ilocucionario, (2) “nivel perlocucionario”. El nivel perlocucionario es contrastable sólo si todos los afectados pueden afirmarlo. Para ello Apel postula que asumimos contrafácticamente a todos los implicados. Pero tal argumento es “prelocucionariamente” imposible, es decir, materialmente imposible. A lo sumo podemos adoptar el velo de la ignorancia (Rawls).

⁸⁰ Habermas, J. (1996): *La necesidad de revisión de la izquierda*, Madrid, Tecnos, p. 180.

⁸¹ Cf. Op. cit., p. 181.

Siguiendo la idea que nos ofrece este modelo ético podemos observar que lo que se plantea es que en los procesos de argumentación práctica se busque y se averigüe *qué* es lo verdadero y *qué* es lo correcto. Para ello, no sólo es necesario que se reconozcan los argumentos empleados por los interlocutores reales del discurso concreto, sino que se reconozcan también los argumentos de todos los seres dotados de competencia comunicativa a los que les pueda afectar lo que en el discurso o argumentación se decida. Quien, por alguna razón, excluya del proceso argumentativo los razonamientos de cualquiera de los afectados por la decisión que en él se tome se está rechazando la lógica de la argumentación práctica.

Efectivamente, negarse a escuchar a alguno de los afectados, o limitar su capacidad de argumentación, o dialogar con él en una situación de desventaja, o de desigualdad, o negarse a contar con los interlocutores virtuales que van a resultar ser los afectados por la decisión,... ¿Qué supondría? La destrucción del fin propio de la argumentación por motivos ajenos a su propia lógica intrínseca. A saber, intereses subjetivos o particulares que no se atreven a someterse al registro de la intersubjetividad⁸².

Estas ideas acerca del modo en que se debe argumentar en los discursos prácticos han llevado al desarrollo de reglas de argumentación que tratan de asegurar la simetría, la inclusión y la reciprocidad tanto entre los interlocutores o participantes como entre las propuestas realizadas por ellos. Sobre esta cuestión, tanto Apel como Habermas, señalarán unas determinadas *reglas* en el discurso argumentativo que se presentan como normas derivadas de dicha argumentación para que sean *correctas*, en tanto que su universalización está fundada en una razón dialógica.

En este caso, la intención de Apel es mostrar que únicamente respetando unas reglas mínimas -una discusión en torno a las normas que nos afectan- habrá garantías de que dichas normas sean realmente éticas. Esto es lo que llama «*condiciones trascendentales del discurso argumentativo*» y que son más que condiciones, puesto que nos permiten fundamentar las reglas para un juego limpio⁸³. Para el caso de J.

⁸² Cf. Apel, K.O. (1995): *Teoría de la verdad y ética del discurso*, Barcelona, Paidós, pp. 44-111.

⁸³ Respecto a esta cuestión el autor Robert Alexy desarrolla estas reglas de argumentación tomando como punto de partida la reflexión realizada por J. Habermas entorno a lo que llama “la situación del habla” y de K. O. Apel de la “*comunidad ilimitada de comunicación*”. Sobre una formulación acerca de la forma y de las reglas de un discurso práctico se puede encontrar en Alexy, R. (1995): “A theory of practical discourse”, en: Benhabib, S. – Dallmayr, F, eds., *The communicative ethics controversy*, Cambridge, The MIT press, pp. 151-19. Es un resumen de su célebre obra. Véase, en: Alexy, R. (1978): *Theorie der*

Habermas, este renuncia hablar de “*condiciones trascendentales*” y usa el término “*universales*” cuando se refiere a su teoría de la acción comunicativa por dos razones básicas. Por un lado, porque el modelo de investigación de los procesos de comunicación apela a la experiencia intersubjetiva y nunca a la perspectiva objetivante de una hermenéutica trascendental. Y por otro, porque la lingüística no opera como un análisis *a priori*, sino como una reconstrucción *a posteriori*. De ahí, que afirme:

«La expresión “trascendental”, con la cual asociamos una contraposición a la ciencia empírica, no resulta [...] apta para caracterizar, sin dar lugar a malentendidos, una dirección de investigación como es la pragmática universal»⁸⁴.

Así pues, una discusión sobre las normas que nos afectan a todos debe seguir unas reglas básicas para que las normas que se aprueben sean éticamente correctas. El jurista alemán Robert Alexy las identifica con las siguientes condiciones⁸⁵:

(1) *Reglas básicas*: lógicas y semánticas.

- a. Ningún hablante puede contradecirse.
- b. Cada hablante puede afirmar sólo aquello que él o ella cree.
- c. Todo hablante que aplica el predicado “*f*” a un objeto “*a*”, debe estar dispuesto a aplicar el predicado “*f*” a todo objeto que se parezca a “*a*” en todos los aspectos importantes.
- d. Diversos hablantes no pueden emplear la misma expresión con significados distintos.

(2) *Las reglas de la argumentación*. Vienen a decir que cada hablante debe justificar lo que dice cuando se le solicita. A menos que pueda probar que tal justificación es evitable. Con ellas se expresan los presupuestos pragmáticos de la argumentación entendida como un proceso en busca de acuerdo. En ellas aparecen ya normas con contenido ético porque suponen relaciones de reconocimiento recíproco⁸⁶.

- a. Todo sujeto capaz de actuar y hablar puede participar en la discusión.
 - i. Todos pueden cuestionar cualquier afirmación.

juristischen Argumentation. Die Theorie des rationalen Diskurses als Theorie der juristischen Begründung, Frankfurt, Suhrkamp. Véase también, en: Habermas, J (1985): *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, Península, p. 110.

⁸⁴ Habermas, J (1997): “¿Qué significa pragmática universal?”, en: Habermas, J, *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*, Madrid, Cátedra, p. 324.

⁸⁵ Cf. Alexy: *Theorie der juristischen Argumentation...*, pp.163-169.

⁸⁶ Tales reglas están reflejadas en el desarrollo que realiza J. Habermas en la idea de “*la situación del habla*”.

- ii. Todos pueden introducir cualquier afirmación en el discurso.
 - iii. Todos pueden manifestar sus posiciones, deseos y necesidades.
- b. A ningún hablante puede impedírsele el sus derechos reconocidos en (3.a) y (3.b) por medios coactivos originados en el exterior o en el interior del discurso.
- (3) *Las reglas de la razón* permiten problematizar cualquier afirmación sin restricciones. Estas reglas reproducen la situación ideal de habla o presupuesto contrafáctico del habla.
- a. Quien quiere tratar a una persona “A” de modo diferente otra persona “B” está obligado a justificarse por ello.
 - b. Quien ataca un enunciado o norma que no es objeto de discusión debe proporcionar una razón para hacerlo.
 - c. Quien introduce un enunciado o norma que está sólo comprometido a dar más argumentos en el caso de que se plantee un contra-argumento.
 - d. Quien introduce una afirmación o enunciado que tiene que ver con opiniones, deseos, o necesidades en el discurso, los cuales como argumento no están relacionados con los enunciados previos, tiene que justificar bajo petición porque lo ha introducido.

De este modo, la corrección de una norma descansa en el consenso dialógico al que podrían llegar los interlocutores válidos en una argumentación con el fin de cumplir con todas las normas formales. Del mismo modo, también queda establecido que el lugar en el que se producen tales discursos prácticos es en comunidades de interacción donde se usa el procedimiento de la argumentación para llegar a acuerdos (no en el sentido contractual clásico) cuando los actos del habla han quedado problematizados.

Se puede comprobar que estas reglas del discurso definen unas condiciones mínimas para que sea racionalmente correcta una discusión en torno a unas reglas, unas leyes o unas normas que afecten a todos los interlocutores válidos. No obstante, la ética discursiva es consciente de que estas condiciones no siempre se cumplen. De este modo, se añade un principio de complementariedad que exija que se trabaje para que estas condiciones del discurso se cumplan y sean asumidas por todos los interlocutores.

Para ello, la ética discursiva entiende que estas argumentaciones prácticas destacan la necesidad de poner de relieve un concepto de ser humano como autónomo. Es decir, buscan la presencia de un ser capaz de *auto-legislación* y de comprensión de la presencia de un “otro”. Sin embargo, es inevitable que para que exista el reconocimiento de las propuestas e interpretaciones del “otro” hay que reconocerle como un igual y con valía.

De este modo, la ética discursiva entiende al ser humano como una persona que tiene esta *competencia comunicativa*, que puede acceder a la verdad y reconocer sus necesidades y deseos, ya que en el “otro” existe un ser con competencia comunicativa y con capacidad de intervenir en el proceso argumentativo y de defender sus razones con propuestas.

Siguiendo esta línea argumentativa se descubre que la propuesta de Apel hunde sus raíces en el pensamiento kantiano y hegeliano. La filósofa Adela Cortina ha caracterizado el *ethos moral* de Apel con las siguientes máximas:

- (1) renunciar a intereses subjetivos,
- (2) reconocimiento recíproco en una comunidad de miembros con iguales derechos,
- (3) compromiso en intereses no patológicos
- (4) y esperanza en una comunidad ideal de comunicación⁸⁷.

Efectivamente, la postergación de intereses subjetivos es el punto de partida para abandonar la idea del sujeto *en-sí*, ya que el reconocimiento recíproco de todos los seres dotados de competencia comunicativa -que Apel identifica con el reconocimiento de todos los hombres como personas- requiere de sujetos objetivados *para-sí* (individualidad) en los que el particularismo moral de los intereses subjetivos ha dejado paso al universalismo de los intereses subjetivos acoplados a los intereses intersubjetivos o voluntad general. Por tanto, el reconocimiento de los interlocutores como personas añade, pues, una dimensión axiológica al planteamiento apeliano. Véase que este enunciado es claramente valorativo y evaluativo, en el modo en que entiende la dignidad humana como referencia y límite para el diálogo sobre intereses.

Por tanto, las personas son unos seres autónomos o interlocutores válidos con capacidad de defender sus propuestas con argumentos. Pero tengamos en cuenta que ese

⁸⁷ Cf. Cortina, A. (1988): *Razón comunicativa y responsabilidad solidaria. Ética y política en K.O. Apel*, Salamanca Ed. Sígueme, p. 92.

sujeto no sólo tiene capacidad, sino también derecho, ya que negarle el reconocimiento supondría renunciar a los intereses objetivos del diálogo. A esta persona se le reconoce la capacidad que tiene para generar e interpretar el sentido de las normas⁸⁸.

Mediante la herramienta de la argumentación práctica, o el discurso práctico, la ética discursiva pretende dos cosas: (1) por un lado, explicar o reconstruir el conocimiento intuitivo del sentido de las pretensiones universales de validez que todo hablante competente. Es decir, el conocimiento intuitivo acerca de la verdad práctica – del *deber ser*– que todo ser humano tiene y que se manifiesta en su vida cotidiana por medio de expresiones como extorsión en la empresa, o explotación de seres humanos en el trabajo, o semiesclavitud. (2) Y por otro lado, intenta ofrecer una guía capaz de socorrer a la continuación de la acción por medios racionales y no usar la violencia o la manipulación para ello⁸⁹.

Tengamos en cuenta que la idea básica que vertebra toda la ética discursiva es que en la comunicación hablada –es decir, en los actos del habla–, en el momento en que se rompe el entendimiento entre los interlocutores, los implicados forman parte de discursos prácticos o teóricos en el instante en que quieren alcanzar tal entendimiento recíproco por medio racionales comunicativos y no estratégicos o de coacción.

Como señala la misma Adela Cortina, la ética discursiva es deontológica por teleológica, pues en la búsqueda de las razones por las cuales el ser humano tiene el entendimiento descubre las razones que obligan al sujeto a comportarse por deber si quiere ser racional. Por tanto, los límites entre las éticas deontológicas, teleológicas, sustancialistas y procedimentales, de normas y virtudes se diluyen en cierto modo. La interpretación de Cortina mantenida al respecto es que:

«En el hecho de que la acción comunicativa entrañe el “telos” del lenguaje reside un momento axiológico que, por una parte justica el deontologismo de la ética discursiva y, por otro, nos permite complementar su procedimentalismo con una variante axiológica. El “telos” del lenguaje inherente a la razón comunicativa muestra la primacía de éste frente a la estrategia»⁹⁰.

⁸⁸ Cf. Op. cit., p. 108.

⁸⁹ Véase esta idea en diferentes textos de Jürgen Habermas, en: Habermas, J. (1991): *Escritos sobre moralidad y eticidad*, Barcelona, Paidós, pp. 97-131; Habermas, J. (2000): *Ensayos políticos*, Barcelona Edicions 62, p. 192; Habermas, J. (2000): *Aclaraciones a la ética del discurso*, Madrid, Trotta, p. 141.

⁹⁰ Cortina, A. (2000): “La ética discursiva” en: Camps, V., ed., *Historia de la ética. La ética contemporánea*, Vol III, Barcelona, Crítica, pp. 534-535.

Por lo tanto, podemos descubrir que la ética discursiva se apoya en una teoría establecida a partir de la acción comunicativa, de la acción lógico-evolutiva de los juicios morales, en los postulados básicos sobre el sujeto como agente comunicativo (interlocutor válido), la continuidad ilimitada de comunicación y las reglas de la argumentación. Tales tesis se centran en los discursos prácticos para tratar de descubrir qué presupuestos existen tras los discursos que llevan al entendimiento recíproco y al consenso mutuo como fruto de la afirmación y convicción de los interlocutores.

Sin embargo, debemos de reconocer que ante estas conclusiones, la primera advertencia que nos viene es la falta de argumentación para llegar a ello si tenemos en cuenta la situación actual en la que se encuentra la ética dentro la llamada “*la dictadura del sistema de complementariedad*” o dictadura del cientificismo pragmático. Es decir, necesitamos fundamentar sólidamente la necesidad de estas condiciones inherentes al discurso que argumenta sobre las mismas normas que nos afectan a todos y al que la ética discursiva no llega.

1.1.2.- Los límites de la ética del diálogo

La primera valoración positiva que podemos hacer en el desarrollo intelectual de este modelos ético es la especial forma de entender la reivindicación y dignificación del espacio público como lugar propio de la argumentación ética y política. Sin embargo, y aunque, como dijimos al inicio de este apartado, la ética del diálogo tiene una gran aplicación en las sociedades democráticas contemporáneas, esta deja un vacío en lo que respecta a la fundamentación del *quehacer ético*. Recordemos que aunque aporta un procedimiento de elección de normas intersubjetivas en última instancia poco dice respecto a la cuestión clave de *por qué* actuar éticamente. Dadas las potencialidades de su aportación en una época claramente marcada por el encuentro intercultural, esta teoría ética -si realmente pretende ser práctica- tendrá que necesitar de una hermenéutica axiológica que sea capaz de entrar en la gestación de los intereses vitales de los sujetos y del contenido material de los plurales discursos. No obstante, lo que en adelante intentaremos hacer es desarrollar brevemente estas limitaciones.

1.1.3.- Un posible lapsus fundamental

Todos sabemos que la ética del diálogo entiende que comportarse éticamente es sinónimo de actuar racionalmente, es decir seguir los dictados de la razón dialógicamente transformada. Sin embargo, cuando se le plantea aportar una razón suficiente por la que el hombre debe guiarse éticamente, esta responde desde su

perspectiva racionalista: “*eticidad es sinónimo de racionalidad*”. Por la misma razón, también podemos decir que “inmoral” es sinónimo de “*irracional en cuestiones prácticas*”. Sin embargo, es necesario hacer una precisión: en todo caso, inmoral puede considerarse sinónimo de “*contrario a la razón en aquellas cuestiones prácticas en las que tiene sentido tener en cuenta la razón*”⁹¹. Efectivamente, la eticidad es simplemente una consecuencia inevitable del comportamiento racional.

Advertimos que esta afirmación no podría ser de otro modo puesto que el punto de partida de la ética dialógica es el paralelismo establecido entre las afirmaciones referentes al mundo físico y la constatación fenomenológica de la necesidad de dar razón del actuar humano. De este modo y en lo que respecta a la ética dialógica, el modo racionalista en el que nos acercamos a la realidad del mundo físico se vuelca sobre el modo de entender el mundo práctico y sobre la estructura misma de la eticidad⁹².

En efecto, cuando a la ética dialógica se le pregunta por la razón suficiente por la que hemos de comportarnos éticamente, ésta no puede responder sino con un adagio formal: *ser ético es ser racional y ser racional es ser ético*. Pero la pregunta que nos adviene es ¿por qué?, ¿en qué lugar podremos encontrar esa afirmación donde el hombre ha de comportarse racionalmente?, ¿no sería una simple *falacia naturalista* predicar el *deber* de actuar como seres racionales por el simple hecho de *ser* seres racionales? Recordemos que fundamentar una ética no es tarea fácil y exige ante todo dar una razón suficiente de:

- (1) *por qué* hay que actuar conforme a un canon ético,
- (2) *por qué* hemos de guiarnos por unos *mínimos decentes*,
- (3) y *por qué* hemos de guiarnos por unos principios o por un código y no podemos guiarnos por una voluntad absoluta cuyo único límite sean sus posibilidades físicas.

Esta incómoda pregunta, que surge en el 6º estadio del desarrollo moral de Kohlberg, puede ser aplicada a cualquier planteamiento ético. Recordemos que en este estadio el autor sostiene que el sujeto toma conciencia de unos principios éticos

⁹¹ Incluso podríamos afirmar que todo deseo es esencialmente irracional, incluso el más elemental deseo de conservar la vida, y por ello sería falaz considerar inmoral el deseo de vivir.

⁹² Téngase en cuenta que la filosofía dialógica de Apel, a la hora de delinear su concepto de verdad y la aproximación filosófica a ésta, asume el principio criticista del falibilismo, eso sí autocorregido desde la perspectiva hegeliana sobre el presupuesto reflexivo de certeza por el que el filósofo ha de confiar en su capacidad de alcanzar la verdad.

universales que se han de seguir y tienen prioridad sobre las obligaciones legales e institucionales convencionales. Se obra con arreglo a estos principios porque, como ser racional, se ha captado la validez y se siente comprometido a seguirlos. En este estadio impera la regla de oro de la moralidad: «*hacer al otro lo que quiero para mí*»⁹³. Y se tiene el coraje de enfrentarse a las leyes que atentan a los principios éticos universales como el de la dignidad humana y la igualdad. ¿*Por qué* el criterio de lo moral es lo racional?, ¿*por qué* el criterio de lo moral es el máximo bienestar para el mayor número de personas? Puede que esta pregunta no tenga una respuesta satisfactoria y exclusiva desde la mera lógica, ya que la relación entre el nivel lógico-cognitivo y el nivel praxeológico-volitivo, que es lo que la petición de *razón suficiente ética*⁹⁴ está exigiendo, no es principalmente lógica sino analógica. Más bien se encuentra marcada por una censura como la existente entre el *noema* y la *nóesis*, entre el objeto conocido y el sujeto cognoscente.

Si el mundo físico viene marcado por la necesidad del objeto y por la relación unidireccional, el mundo práctico está marcado por la libertad del sujeto. En último término sobre *el deber* siempre está la *voluntad*. La decisión concreta del *actuar* alcanza un momento límite en el que las *razones* sólo son la antesala. De ahí que no se pueda establecer una relación directa entre el *deber* (marcado por la necesidad) y el *actuar* (marcado por la libertad). La razón suficiente exigida por la ética es razón suficiente del actuar, que *puede* y *debe* contener en sí el deber, pero no es primariamente éste y, mucho menos, se agota en él.

De este modo, en tanto que esta relación entre lo lógico-cognitivo y lo praxeológico-volitivo es analógica, podemos afirmar que el mundo de la ética, en tanto que voluntad y desde una perspectiva más amplia de la praxis, está marcada por otros elementos más allá de ese 6º estadio: el universo motivacional del sujeto actuante. En otras palabras, está marcado por esas *razones* de Pascal, que la razón racionalista no entiende. Por tanto, el *por qué* se haya embebido de una polisemia híbrida de razón y motivo. De este modo, la eticidad, en cuanto praxis, recibe su último fundamento⁹⁵ en la *significatividad*, en un estadio 7º del *sentido*⁹⁶.

⁹³ Cf. Kohlberg, L. – Power, C. (1981): “Moral development and religious thinking and the question of seventh stage”, en: Kohlberg, L., *Essays on moral development*, Vol. I., London, Harper and Row, pp. 174-176.

⁹⁴ Desde la constatación fenomenológica del hecho moral, desde ese por qué de la indignación.

⁹⁵ Ahora en un sentido más bien fontanal.

⁹⁶ Cf. Kohlberg: *Essays on moral development*, pp. 311-399.

Si seguimos en este análisis tengamos en cuenta que no se puede prescindir del razonamiento ético para fundamentar una praxis. En tal caso, estaríamos volviendo a las tesis de la heteronomía. En realidad, lo que deseamos afirmar es que una fundamentación de la acción humana se ve abocada a atender a la dimensión volitiva. Es decir, a lo que de voluntad -de *gestación de los “quereres”*- existe en el actuar, si no quiere cerrarse en falso. De alguna manera, fundamentar el actuar humano exige dar razón de la gestación y significado de esos *intereses vitales* que constituyen el elemento material de la argumentación y que la dotan de contenido y, por tanto, hablar de *experiencia ética* exige atender a las estructuras básicas de la experiencia humana de la que parten esos intereses vitales.

Por tanto, la ética dialógica al obviar esta dimensión de la ética no ofrece ninguna respuesta a la pregunta sobre el *por qué* actuar éticamente. Puede que aspire simplemente al *cómo* actuar éticamente. De este modo, lo que asume previamente es que comportarse éticamente significa, por tanto, “comportarse racionalmente”. La ética dialógica presume que todos los interlocutores válidos están dispuestos a comportarse racionalmente por varias razones. En primer lugar, están prontos a mantenerse fieles a los acuerdos. En segundo lugar, están dispuestos a no utilizar el lenguaje de modo estratégico; y, en tercer lugar, están dispuestos a no ejercer ningún tipo de violencia o a no utilizar otros medios que no sean la argumentación. Pero, ¿y si no estuvieran dispuestos a todo ello?, ¿qué es lo que provoca esa disposición a “comportarse éticamente”?

Precisamente, el conocimiento y fundamentación de estos previos a la argumentación es lo que está en juego a la hora de constituir el *quehacer ético*. Lo que la situación actual está demandando no son tanto cánones éticos, o máximas tarifadas, o consensos consecuencialistas. Tengamos en cuenta que en la actualidad conviven distintas pluralidades sin precedentes que van engendrando estructuras de injusticia, violencia y opresión.

Puede que lo más acertado sea afirmar que la tarea de la ética no sea constituir ese mundo motivacional del sujeto actuante. Puede que lo más sensato sea entender que dicha tarea le corresponda a otros ámbitos del saber humano. La tarea de la ética no es solucionar casos concretos, sino diseñar los valores, principios y procedimientos que los afectados deberán luego tener en cuenta en los diferentes casos. La ética no se plantea

las aplicaciones concretas, sino el diseño del marco de aplicación. Sin embargo, esto no significa que por afirmar esto tengamos que ignorarlo.

Siguiendo el ejemplo que toma Apel para hablar de las dos caras de la ética entiende que como toda moneda tiene dos perspectivas. El autor concretamente propone distinguir en la ética la “parte A”, que se ocuparía de la fundamentación racional de la corrección de las normas, y la “parte B”, que tendría por objeto diseñar el marco racional de principios que permitan aplicar a la vida cotidiana los principios descubiertos en la “parte A”. No existe “cara A” sin la “cara B”. Son los dos lados de una misma realidad y que mutuamente se reclaman. Pero en el caso de que la “cara A” busque el principio ideal, la “parte B” se orientaría por el principio de responsabilidad, notablemente marcado por la idea weberiana, que ya vimos, en el que la aplicación estaría condicionada por las consecuencias y las situaciones⁹⁷.

De ahí, que tengamos en cuenta que no se puede fundamentar una ética de mínimos a espaldas de la ética de máximos. La ética no puede prescindir del hecho de que los *motivos* del actuar -aunque ciertamente se le escapan- sean el epicentro sobre el que descansa todo el *quehacer* individual y colectivo del individuo. Por tanto, ignorar esta realidad supondría –cuanto menos- dejar de señalar dónde está el motor interno de la praxis humana.

1.2.- Otro modo de hacer ética: “La ética de la identidad narrativa”

En esta búsqueda de una razón suficiente para la ética recurriremos al filósofo francés Paul Ricoeur. Su aportación sobre la identidad narrativa será el elemento central para entender de manera novedosa y renovadora la razón ética dialógica. Sin embargo, nuestro autor pretende realizar un trabajo en el que se presenten los planteamientos adyacentes de modo complementario del mismo modo en que lo plantea la ética dialógica para fundamentar y entender la tarea ética. De ahí, que nos centremos más adelante en la obra de Paul Ricoeur junto con Alasdair MacIntyre para introducirnos en los planteamientos generales desde “*otro modo*” de hacer ética.

1.2.1.- La ética narrativa

Como ya habíamos advertido, en el lenguaje ordinario se usan los vocablos ética o moral de forma elemental para relacionarla y entenderla con conceptos como norma o ley. Efectivamente, hablar de moral o de ética en el ciudadano de a pie -que no tiene la

⁹⁷ Cf. Echeverría, X. (1998): *Ética Básica*, Bilbao, Universidad de Deusto, p. 24.

destreza de distinguir las sutilezas filosóficas- parece conjugar en el universo ético constantemente el verbo *deber*. Y sin embargo, cuando se le formula la pregunta: “¿*por qué has hecho esto?*” No suele responder: “*porque así debía hacerlo*”. Lo habitual es que justifique sus actos en un diálogo con alguien que le rinde cuentas narrando su historia y sus motivos para actuar de una determinada manera. En definitiva, preguntar por los motivos y las razones -nótese cómo ambos conceptos son sinónimos en el lenguaje coloquial- surge dentro de una narración en el que los acontecimientos vitales y la biografía de cada uno se convierte en el idóneo horizonte de inteligibilidad en el que situar la respuesta a ese *por qué*.

Siguiendo esta argumentación nos damos cuenta que la narración biográfica es así el “*locus naturalis*” en el que se encuentra la razón suficiente del hombre que actúa, en la medida en que sólo el conocimiento de la trayectoria vital del individuo permite acceder al significado que éste le da a sus actos fundamentales. Por tanto, la historia personal es la que permite al interlocutor comprender el significado que para el sujeto tiene aquello que hace.

La enseñanza ética a través de narraciones modélicas (es decir, la que se da por medio de historias biográficas) se desenvuelve de un modo nítido. Es el ejemplo de las culturas inspiradas por las “religiones de la palabra” (Islam, Judaísmo y Cristianismo). Sobre lo mismo también podemos dar cuenta de las novelas y biografías ejemplares - como es el caso de la literatura de la tragedia griega- que no pertenecen al ámbito de lo religioso y que hablan del ejemplo paradigmático de este modo de hacer. Esta clase de literatura reflexiona sobre el conflicto encarnado en un personaje que está en la paradoja conflictiva entre el deber de la ley y la tradición, o el deber de la fidelidad y a la realidad concreta⁹⁸.

La enseñanza que nos ofrece la tragedia de Sófocles, como caso paradigmático y más llamativo, apunta a la prudencia (*phrónesis*), o al buen deliberar, que tanto los personajes como el coro recomiendan como única herramienta para reparar la multitud de conflictos inevitablemente presentes en la vida moral de la humanidad y prevenir el desenlace catastrófico que esos conflictos pueden desatar en los distintos cursos de acción. Esta clase de ética en el *opus* de la tragedia griega es especialmente valiosa, ya que las sociedades democráticas contemporáneas -desde su pluralidad y multiculturalidad- albergan conflictos de valores (extraños morales), que -para lograr

⁹⁸ Es el caso de los relatos mitológicos de Antígona, Creonte, Casandra o Edipo rey.

una convivencia armónica- deben buscar los fundamentos mínimos que puedan vincularlos, sin desconocer sus legítimas diferencias.

La ética narrativa, puesto que implica el análisis de un caso a partir del cual pueden deducirse consejos o máximas que orienten la acción, se aproxima a lo que se conoce en la ética-filosófica como “casuística”. Sin embargo, su gran diferencia radica en el sentido en que sitúa el caso dentro de una historia dentro de la cual aquel alcanza su sentido. Por esta cercanía a la casuística, la ética narrativa posee alto interés para campos concretos como la bioética clínica, centrada en el análisis de casos particulares, o en la ética empresarial, que es el punto de investigación al que queremos aspirar en este trabajo.

Efectivamente, véase que vamos observando cómo la perspectiva narrativa nos abre a un nuevo modo de mirar la praxis ética. Esta perspectiva tiene su actualidad en uno de sus mayores defensores: el conocido filósofo escocés Alasdair MacIntyre. Recordemos que su ética de las virtudes, que nace desde una manifiesta inspiración aristotélico-tomista, merece la pena reseñar en su obra más conocida “Tras la virtud” para seguir el camino que nos ofrecerá más tarde Paul Ricoeur.

1.2.2.- Alasdair MacIntyre: “ética de las virtudes”

A. MacIntyre es uno de los grandes neo-aristotélicos del siglo XX. Realiza un diagnóstico de la condición de la vida moral contemporánea arrojando alguna luz sobre la incapacidad que tiene la ética-filosófica para dar respuesta a los interrogantes planteados por la manipulación técnica de la vida y del medio ambiente. Afirma, que:

«[...] gran parte de la moralidad moderna sólo se entiende como conjunto de fragmentos sobrevivientes de esa tradición, y en realidad la incapacidad de los filósofos morales modernos para llevar a cabo sus proyectos de análisis y justificación está muy relacionada con el hecho de que los conceptos con los que trabajan son combinaciones de fragmentos supervivientes e invenciones modernas implausibles; [...]»⁹⁹.

MacIntyre define la situación predominante en la moral contemporánea con el término de “emotivismo”, que consiste en la convicción de que las diferentes elecciones morales carecen de todo fundamento que no sea algún tipo de emoción. De este modo entiende que se determina la imposibilidad de dar razón de dichas elecciones, por cuanto éstas -vacías de fundamento racional- serían injustificables y arbitrarias. Así, el

⁹⁹ MacIntyre, A. (2001): *Tras la virtud*, Barcelona, Editorial Crítica, p. 267.

resultado es que el debate sobre los temas éticos no podrá llegar nunca a conclusiones definitivas. ¿Consecuencia? La esterilidad.

Esta situación -afirma el filósofo escocés- es el resultado de una especie de catástrofe que destruyó lo que en épocas anteriores constituyó una visión moral coherente, esencialmente aristotélica. A saber, las virtudes tenían una racionalidad derivada del hecho de que habían sido definidas en función de un fin (o *telos*) considerado como propio de la especie humana. En el momento en que entra la modernidad, especialmente cuando ésta culmina con el proyecto ilustrado intentando destruir con todos los fundamentos metafísicos y con todo lo que considera como “prejuicio” para dar libre juego a la razón, se produce el rechazo de la metafísica aristotélica y, por lo tanto, la desaparición de cualquier noción del «*hombre-como-podría-ser-si-realizara-su-telos*»¹⁰⁰.

Kant -nos dice MacIntyre- es el más fiel portavoz de ese proyecto ilustrado, tanto en su crítica a la metafísica como en su búsqueda de un fundamento puramente racional para la ética. El problema se encontraría en que, tanto Kant como La Ilustración en su conjunto, no parecen ser tan radicales como pretenden, puesto que no ponen en duda el valor moral de las virtudes y de las normas recibidas de la tradición. El filósofo se pregunta: ¿qué intentan? Únicamente buscar para ellas un nuevo fundamento, esta vez puramente racional¹⁰¹.

Este proyecto estaría irremediablemente condenado al fracaso ya que esas virtudes y normas perderán todo significado cuando son separadas del contexto teleológico que les otorgaba inteligibilidad. Al comprobar ese fracaso, se piensa que esas virtudes y normas carecen de todo fundamento. Es decir, están vacías de un fundamento racional siendo éste el único argumento válido¹⁰².

Es interesante el planteamiento de nuestro autor en relación a la crítica nietzscheana de la ética kantiana. Nietzsche hace lo que Paul Ricoeur llama «*una genealogía del a priori kantiano*». Tengamos en cuenta que a primera vista parece ilógico. Se supone que lo *a priori* es por definición propia fundamento y no resultado.

¹⁰⁰ Op. cit., p. 66.

¹⁰¹ «[...] su proyecto fue, y es, mostrar que cualquier agente racional está lógicamente obligado por las normas de la moral en virtud de su racionalidad»: Op. cit., p. 79.

¹⁰² «[...] en sus argumentaciones negativas se acercaban cada vez más a una versión no restringida del argumento de que no existe razonamiento válido que partiendo de premisas enteramente fácticas permita llegar a conclusiones valorativas o morales. Es decir, que se aproximan a un principio que, una vez aceptado, se constituye en el epítafio de todo su proyecto»: Op. cit., p. 68.

No obstante, la genealogía nietzscheana muestra la ley y la moral en general como signo o síntoma, tras el cual se esconde la voluntad de poder. En definitiva, manifiesta la razón como resultado de la vida y no como principio.

MacIntyre sostiene que la crítica nietzscheana es totalmente legítima con relación a la ética formal (la ética de la obligación) que abre un abismo entre vida y moralidad, pero que carece de validez respecto de la ética de las virtudes. De este modo la crítica con la que Nietzsche pretende invalidar la totalidad de la tradición ético-filosófica occidental se realizará únicamente ante el proyecto ilustrado de buscar fundamentos puramente racionales.

Las virtudes, tanto en la filosofía aristotélica como en la medieval, son aquellas cualidades que ejercitan al sujeto al triunfo de un *telos* que le es propio como especie. En el caso de Aristóteles se trata de un *telos* natural considerado como biológico. En el caso del pensamiento medieval cristiano –fundamentalmente Santo Tomás de Aquino– su *telos* es el bien sobrenatural. De ahí que ésta última entienda que las virtudes son el medio que permitirá la incorporación humana al reino divino¹⁰³.

De esta argumentación, pareciera lógico advertir que la comprensión del vocablo virtud suponga la definición y la aceptación de ciertos fines de la vida social y moral que se establecen en función de las cuales tal concepto es inteligible. En el caso de Homero, cuando desarrolla lo que podríamos llamar la “ética heroica”, descubrimos que el concepto de virtud tiene que ver con el rol social que desempeña para esa perspectiva sagaz por parte del guerrero¹⁰⁴.

Posteriormente, y debido a la influencia de Aristóteles, este concepto terminó por ser traducido como virtud. Dicha noción será investida del de la “vida buena”. En otras palabras, la vida guiada por la *phrónesis* (prudencia), o sabiduría práctica, que trae consigo la felicidad. Aristóteles muestra en su obra “Ética a Nicómaco” que la virtud humana no puede ser ni una facultad ni una pasión, sino un “hábito”. Al usar el término “hábito” está dando a entender que entra en escena no por naturaleza, sino como consecuencia del aprendizaje, y más exactamente de la práctica o la repetición. En

¹⁰³ «El “bien” del hombre es, por supuesto, sobrenatural y no sólo natural, pero lo sobrenatural redime y completa a lo natural. Además, la relación de las virtudes en tanto que medios para un fin, que es la incorporación humana al reino divino que ha de venir, es interna y no externa, igual que en Aristóteles»: Op. cit., p. 195.

¹⁰⁴ Recordemos que los griegos de la época de Homero y de Hesíodo hasta el siglo IV a.C. hablaban de la *areté* (virtud) como de una fuerza o una capacidad: el vigor y la salud son la *areté* del cuerpo, la sagacidad, la inteligencia y la previsión son *areté* del espíritu.

efecto, la práctica o repetición de una acción genera una disposición permanente o hábito -de ahí que la tradición aristotélica hable de una segunda naturaleza para referirse a los hábitos- que nos permite de forma casi natural realizar una tarea. En cualquier caso, lo que nos interesa es hacer ver que toda ética de la virtud necesita de un claro universo de sentido y de un horizonte de comprensión universal del ser humano, la vida y el mundo.

Siguiendo esta línea vamos descubriendo que se podría considerar la virtud como la excelencia en el desempeño de una cierta actividad humana. Sería una actividad que da contenido concreto y realización histórica a ese horizonte de sentido. En definitiva, a ese ideal de “*vida buena*”. Aristóteles se refiere a la excelencia de un cierto tipo de “*práctica*” como podría ser tocar la flauta o cultivar la geometría. Esta visión práctica es de gran interés ya que contribuye el ámbito en el cual las virtudes toman su sentido y en función del cual son definidas, a pesar de su incompleta y compleja definición¹⁰⁵.

El filósofo escocés entiende por “práctica” cualquier forma coherente y compleja de actividad humana cooperativa socialmente establecida, por la cual –y en el intento de alcanzar los patrones de excelencia propios de esa forma de actividad- se realizan bienes internos a ella. El resultado de tales prácticas es que la capacidad humana de lograr excelencia y las concepciones humanas de los fines y bienes involucrados se amplían sistemáticamente¹⁰⁶. Sería el caso de prácticas como la arquitectura, la agricultura, los negocios, la investigación física y biológica, las artes, las ciencias, los juegos, la política,...

De este modo, para nuestro autor las virtudes podrían definirse como «[...] *una cualidad humana adquirida, cuya posesión y ejercicio tiende a hacernos capaces de lograr aquellos bienes que son internos a las prácticas y cuya carencia nos impide efectivamente el lograr cualquiera de tales bienes*»¹⁰⁷.

Por ejemplo, un buen estudiante de medicina entiende que su virtud es llegar a ser un excelente médico en la medida en que dicho fin no representa una meta exterior a la práctica misma, sino que surge de ella. No obstante, tengamos en cuenta que toda

¹⁰⁵ «Sugeriré que esta noción de que un tipo particular de práctica suministra el terreno donde se muestran las virtudes y dentro de cuyos límites recibirán su primera, si bien incompleta, definición, es crucial para toda la empresa de identificar un concepto central de virtud»: Op. cit., p. 198.

¹⁰⁶ Cf. Op. cit., p. 198.

¹⁰⁷ Op. cit., p. 201.

práctica necesita de algún tipo de relación entre los que participan en ella. De ahí, que las virtudes de veracidad y justicia impliquen una cierta definición de la forma de esas relaciones que son indispensables para que esas prácticas puedan mantenerse.

Esta forma de entender las virtudes como prácticas –afirmaría MacIntyre- si bien es fundamentalmente teleológica, no exige la adhesión a la biología metafísica aristotélica de la potencia y el acto¹⁰⁸. Por tanto, nos encontramos con un problema: dentro de la teleología clásica y medieval existe una unidad de la vida humana que proviene del reconocimiento de un fin del hombre, que como tal integra los fines de las diversas prácticas. De ahí que nos preguntemos: ¿qué puede otorgar unidad a la vida -al *sí mismo* humano- en nuestras sociedades actuales en las que ningún fin se percibe como dado para el hombre?

Puede que lo más honesto sea afirmar que sólo pueden proceder de la comprensión del ser humano como *una narración del transcurrir de la vida*. Efectivamente, el nacimiento de cada persona irrumpe en un escenario que no ha sido diseñado por él y que entra a formar parte de él con una acción que trasciende a la que corresponde al personaje que cada uno representa. En este sentido, cada ser humano es el protagonista de su propio relato en el que encarna una serie de roles, más o menos secundarios, en la narración de otros. Por tanto, cada relato ejerce una cierta posición y presión sobre los restantes. Ser el sujeto de una narración del transcurrir de una vida significa responder por las acciones y experiencias que se componen en esa vida. En definitiva, supone una racionalidad que pueda llegar a contradecir la cierta arbitrariedad atribuida por el emotivismo a nuestras elecciones morales.

De este modo, podemos comprobar que la identidad personal ya no se entiende como identidad substancial de un “yo” que permanece idéntico a *sí mismo* a lo largo de los cambios para los que representa el substrato o *subjectum*. En este caso, sería la identidad supuesta por la unidad del carácter requerida por la unidad de la narración. Recordemos que sin ella no habría sujetos de los que pudieran contarse historias. Esta idea que apunta MacIntyre es lo que recogerá Paul Ricoeur al entender que la identidad del sujeto es un constructo que surge en la dialéctica -es decir, en la vida- y que se manifiesta como narración biográfica.

Así pues, MacIntyre se aproxima a la afirmación de que la unidad de una vida individual consiste en la unidad de una narración encarnada en una sola vida. Es decir,

¹⁰⁸ Cf. Op. cit., p. 207.

la unidad de una búsqueda narrativa que, por ser búsqueda, supone un punto de partida sobre alguna comprensión de lo buscado: “*el bien del hombre*”. Sólo por esta búsqueda, por medio de las superaciones de las dificultades que ella implica, se llega a la comprensión de su meta finalmente¹⁰⁹. Sin embargo y aun así, seguimos con la pregunta: ¿Qué serían pues las virtudes?

«[...] las virtudes han de entenderse como aquellas disposiciones que, no sólo mantienen las prácticas y nos permiten alcanzar los bienes internos a las prácticas, sino que nos sostendrán también en el tipo pertinente de búsqueda de lo bueno, ayudándonos a vencer los riesgos, peligros, tentaciones y distracciones que encontremos y procurándonos creciente autoconocimiento y creciente conocimiento del bien»¹¹⁰.

Efectivamente, las virtudes son esas disposiciones que no sólo propugnan las prácticas y nos capacitan para lograr los bienes internos a ellas, sino que también nos mueven a la búsqueda del bien. En otras palabras, nos permite superar los males, peligros, tentaciones y distracciones que encontramos en el camino para ayudarnos a crecer en el autoconocimiento y el creciente conocimiento del bien.

Llegados a este momento del escenario que nos aporta MacIntyre podríamos concluir que *«[...] la vida buena para el hombre es la vida dedicada a buscar la vida buena para el hombre, y las virtudes necesarias para la búsqueda son aquellas que nos capacitan para entender más y mejor lo que la vida buena para el hombre es»¹¹¹*. Recordemos que esta búsqueda no se puede realizar como individuos solitarios, puesto que es irremediable ser hijos de alguien, hermano de un otro, ciudadano de una región determinada, miembro de un equipo de trabajo,... Y como pertenecientes, recibe expectativas y obligaciones como parte de una historia y portador de una tradición. Por tanto, esto implica y representa para cada hombre lo dado. En palabras del autor escocés, lo que otorga a su vida una particularidad moral de la que jamás puede desprenderse totalmente para ingresar en un reino de máximas universales, correspondientes al hombre como tal¹¹².

¹⁰⁹ Cf. Op. cit., pp. 227-228.

¹¹⁰ Op. cit., p. 229.

¹¹¹ Op. cit., pp. 229-230.

¹¹² Op. cit., p. 230.

Basándonos en esta perspectiva para responder a la pregunta por el “¿qué debo hacer?”, lo más coherente sería tener en cuenta una cuestión anterior: ¿de qué historia o de qué historias formamos parte?¹¹³

Siguiendo el curso de esta investigación lo pertinente sería preguntarse al modo ricoeuriano: ¿hasta dónde nos lleva esta propuesta? A comprender que la tradición no es algo contrario a la razón y cuya estabilidad niega los conflictos. Tenemos que considerar que cualquier planteamiento racional toma espacio en el contexto de un modo tradicional de pensamiento y que la crítica y la invención -surgidas dentro de esa misma tradición- permiten trascender los límites alcanzados hasta ese momento dentro de ella.

Ahora bien, es evidente que las tradiciones crecen y se fortalecen, pero también se debilitan y se destruyen. Pensemos que lo que determina la presencia de una u otra alternativa es la práctica, o la ausencia de ciertas virtudes relevantes, tales como la justicia, la veracidad o el valor. Ello implica el reconocimiento de una virtud adicional. A saber: la de tener un sentido adecuado de las tradiciones a las que se pertenece, lo cual permitirá aprehender las posibilidades para el futuro que el pasado abre en el presente¹¹⁴.

Por tanto, para ir recapitulando lo expuesto hasta ahora, esta virtud¹¹⁵ se traduce como la capacidad para seleccionar entre las máximas disponibles en la respectiva tradición aquella más adecuada para ser aplicadas a un caso concreto. Así la define el mismo MacIntyre:

«Las virtudes encuentran su fin y propósito, no sólo en mantener las relaciones necesarias para que se logre la multiplicidad de bienes internos a las prácticas, y no sólo en sostener la forma de vida individual en donde el individuo puede buscar su bien en tanto que bien de la vida entera, sino también en mantener aquellas tradiciones que proporcionan, tanto a las prácticas como a las vidas individuales, su contexto histórico necesario. En la capacidad de elegir lo mejor posible para uno mismo en cuanto individuo y en cuanto hijo, padre ciudadano,... en esas situaciones trágicas –propias de la condición humana- en las que bienes rivales e incompatibles nos solicitan a la vez, con la misma exigencia, impidiéndonos hacer todo lo que deberíamos hacer»¹¹⁶.

¹¹³ Advertimos que esta pregunta busca la suposición de pertenencia a una tradición y a una comunidad definida por aquella.

¹¹⁴ Op. cit., p. 233.

¹¹⁵ De algún modo sería un equivalente a la *phrónesis* (prudencia) aristotélica.

¹¹⁶ Op. cit., p. 233.

De este modo, la ética de las virtudes establece un interesante nexo con lo que se conoce como “ética narrativa” en la medida en que la enseñanza moral se entrega a través de modelos en lo que podría considerarse como vidas y novelas ejemplares.

Antes de seguir nuestro camino, sería bueno que repasemos lo que hasta el momento hemos analizado. Comenzamos viendo las limitaciones de la ética dialógica cuando la ubicábamos en ese momento previo al diálogo en el que se gestaban los intereses vitales de los interlocutores y que estaba olvidada. Entendíamos que la ética dialógica sería una teoría incompleta por fundamentar la ética en cuanto a su sentido material. Esta tarea por entender lo material frente a lo formal es lo que busca MacIntyre a partir de la necesidad de unas virtudes (llámese valores, actitudes, o como fuere) sin las cuales sería imposible vivir éticamente. Tal necesidad le exige a la ética dialógica veracidad y cumplimiento de acuerdos. Ahora bien, estas virtudes sólo tienen sentido en un “horizonte de inteligibilidad” dentro de un *telos*, que hoy se nos presenta problemático en tanto en cuanto no se dan instancias que lo definan unánimemente.

MacIntyre propondrá la «*unidad narrativa de la vida humana*»¹¹⁷ como el horizonte formal de inteligibilidad donde esas virtudes necesarias para toda vida ética adquieren sentido y práctica. Por tanto, esa “*unidad narrativa*” que reconocemos como identidad humana es necesario que la podamos fundamentar, puesto que todo el proceso de deconstrucción contemporánea la ha puesto en duda. Ahí, es donde entra en escena la aportación de Paul Ricoeur que veremos a partir de ahora.

1.2.3.- Paul Ricoeur: el valor de la hermenéutica

Si realizamos una mirada general a la obra de Ricoeur nos damos cuenta que presenta una inquietante dificultad a la hora de ser leída para conseguir una conclusión clara. Recordemos que todo el recorrido intelectual del filósofo francés atiende a una multitud de cambios desde su primer escrito hasta el último. Sin embargo, si tomamos algo de distancia respecto a su obra podríamos encontrar -en esa malgama fragmentada- una preocupación y una línea de investigación constante, a la que el autor vuelve una y otra vez.

Efectivamente, si hacemos un recorrido por la obra de Paul Ricoeur podemos identificar una pregunta y un propósito único y coherente: “la pretensión de caracterizar -en los límites de lo posible- las estructuras fundamentales del sujeto de la acción”. Recordemos que en su recorrido intelectual la problemática del actuar humano

¹¹⁷ Op. cit., p. 228.

representa el eje fundamental de su pensamiento. Su respuesta ante a la pregunta kantiana “¿*Qué es el hombre?*” es la del “hombre capaz”¹¹⁸. En efecto, a partir del reconocimiento de nuestra pasividad originaria, nuestro *sí-mismo*, puede también empeñarse en una existencia activa, comprometida -la vida del hombre capaz-, buscando una identidad y un sentido que acaso se nos escapan, pero que jamás debemos dejar de buscar. Restableciendo el lugar central de la identidad del agente respecto al sentido de su acción, la importante herencia filosófica de Ricoeur sigue animando a los pensadores actuales y futuros, entre tantas otras, a la tarea de recuperar y potenciar la responsabilidad del *sí-mismo* en una época especialmente des-personalizada y des-responsabilizada ante nosotros mismos, ante el “otro” y ante el propio mundo (el “otro sin rostro”).

Al principio su interés se focalizó en la estructura del actuar humano en relación a la temática de la voluntad. Más tarde su búsqueda retoma la cuestión analizando las estructuras inconscientes del deseo y termina mostrando las relaciones existentes entre tiempo y narración. Ricoeur tiene la virtud de haber pensado en las bases para comprender las condiciones temporales de la acción. En su conjunto, su filosofía puede ser, por lo tanto, bien caracterizada como una filosofía de la acción.

Su texto más representativo, “*Soi-même comme un autre*”¹¹⁹ escrita en 1990, es para algunos comentaristas¹²⁰ su obra maestra, puesto que su filosofía de la acción toma forma e ilumina retrospectivamente el conjunto de sus escritos. Aparentemente el libro se presenta en diez estudios en el cual cada uno se desenvuelve con unidad propia.

El objetivo que se propone es la elaboración de una comprensión del hombre («*hermenéutica del sí-mismo*», así como lo llama Ricoeur) que escape a la alternativa de la exaltación del *Cogito*, ejemplificado en la posición de Descartes, y su humillación, manifestado en la perspicaz crítica de Nietzsche¹²¹.

Si tomamos en consideración el conjunto general de esta obra descubrimos que los nueve primeros estudios buscan explorar la variedad de niveles del actuar humano

¹¹⁸ Es decir, ¿Cómo caracterizar al hombre que actúa, que decide, que toma iniciativas y se hace responsable de ellas?, ¿Dónde se enraíza esta capacidad que tiene el hombre de obrar libre y responsablemente? En definitiva, ¿Qué es el actuar humano? Tales preguntas no dejan de acompañar la investigación de Ricoeur a lo largo de toda su obra.

¹¹⁹ Cf. Ricoeur, P (1996): *Sí mismo como otro*, Madrid, Ed. Siglo XXI.

¹²⁰ Cf. Cragolini, M.B. (1993): *Imaginativa Razón. Identidad y ética en la obra de Paul Ricoeur*, Buenos Aires, Almagesto; Domingo Moratalla, T. (1995): *Creatividad, ética y ontología. La fenomenología hermenéutica de Paul Ricoeur*, Tesis de Doctorado, Universidad Pontificia de Comillas, Madrid.

¹²¹ Tal y como viene reflejado en el prólogo del mismo autor. Véase, en: Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. XI-XL.

según tres dimensiones básicas: lingüística, narrativa y ética¹²². En ese sentido, la polisemia del verbo “actuar” será el patrón que oriente a la investigación de Ricoeur según un ritmo tripartito: “describir”, “narrar” y “prescribir”.

Los primeros cuatro estudios son presentados como una descripción y un análisis siguiendo las pistas de la filosofía analítica de la acción y de los discursos en los cuales el hombre *dice* su *hacer*. La particularidad del nexo de unión entre la acción y el agente llevará al filósofo a mostrar en los estudios quinto y sexto que únicamente saliendo de los límites impuestos por la filosofía analítica es posible comprender en su unidad las diversas acciones de un agente. Por tanto, para que la acción sea inteligible ha de ser narrada. A propósito de esta comprensión narrativa, Ricoeur mostrará cómo la “acción” amplía y jerarquiza para abrir así las perspectivas propiamente prescriptivas del obrar humano (Véase, en los Estudios 7, 8 y 9).

Esta triple estructura le permitirá asignar a la consideración narrativa de la acción una función de transición y de enlace en la descripción de la acción. Recordemos que esta postura prevalece en las filosofías analíticas de la acción y la prescripción cuando designan con un término genérico las determinaciones éticas y morales de la acción. En esta línea, al ubicar la narración como eje entre la teoría de la acción y la teoría moral, Ricoeur argumentará que no existe una ruptura radical entre descripción y prescripción (entre hecho y valor), sino que se posiciona oponiéndose a la tradición humeniana que entendía que el deber se opone al ser, sin transición posible¹²³.

1.2.4.- Articulación entre “describir” y “prescribir”. Réplica a la falacia naturalista

Los estudios del primero al cuarto de la obra “Sí mismo como otro” describen los distintos aspectos en los que el hombre *dice* su *hacer*. Sin embargo, la filosofía del lenguaje es incapaz de describir de manera completa la experiencia del hacer del hombre. En este sentido tropieza con aporías insalvables cuando intenta asignar (“*adscribir*” en la terminología de Strawson) una acción a un agente. Su dificultad tiene que ver con las radicales limitaciones a las cuales el análisis de la acción somete al obrar humano. Sólo podrán remontarse esas dificultades -entiende Ricoeur- si se toma en

¹²² Es lo que el profesor Manuel Cruz llama la ética de la “*palabra de la acción*”. Véase, en: Cruz, M. (1999): *Hacerse cargo. Sobre responsabilidad e identidad personal*, Barcelona Paidós, p. 41.

¹²³ La famosa falacia naturalista en la ya famosa expresión de Moore, que es en último término la gran objeción a las éticas de corte teleológico.

consideración la dimensión temporal, tanto de la acción como del agente¹²⁴. En su opinión, este vacío no sólo tiene que ver con el olvido de una dimensión importante entre otras. Con ella se ha dejado oculta toda una problemática fundamental: la de la *identidad personal*. Es decir, no puede articularse sino dentro de la dimensión temporal de la existencia humana. De ahí, que el objetivo sea llenar ese importante vacío que el autor se propone sacar de nuevo a la luz respecto la teoría narrativa ya desarrollada en su obra “Tiempo y narración”¹²⁵.

Efectivamente, el concepto de *identidad narrativa* (es decir, de una aprehensión de la vida en forma de relato) sirve en la obra de Ricoeur como punto de apoyo para la comprensión de la “*vida buena*” funcionando como resorte conceptual indispensable para la constitución de una ética. Ahora bien, el análisis sobre la “*vida buena*” (es decir sobre ese tipo de vida que vale la pena buscar para “ser feliz” como «*objetivo mismo de la intencionalidad ética*»¹²⁶) suscita más interrogantes que respuestas. Es decir, ¿existe un sólo tipo de “*vida buena*”? ¿es el mismo para todos los hombres?, y si no fuera así, ¿no estaríamos afirmando que es lo contrario a una libre efusión de “buenos sentimientos” que serían distintos según cada persona?¹²⁷

El camino alternativo que busca Ricoeur está en centrar la atención en la investigación de la “*vida buena*” en la acción humana y en su teleología interna¹²⁸. Recordemos que esta argumentación está desarrollada por Aristóteles en la obra “*Ética a Nicómaco*”¹²⁹. El objetivo de Ricoeur será, a partir de este momento, entender que la *praxis* aristotélica no responde de manera lícita a las dificultades y ambigüedad del actuar humano. Por esta razón, su proyecto intelectual es –siempre manteniendo la intuición fundamental de Aristóteles- reformular el concepto de ese actuar para que sirva de “percha” a la pretensión de la vida buena. De ese modo, la identidad narrativa jugará un papel fundamental.

¹²⁴ Cf. Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 111.

¹²⁵ Ricoeur, P. (1987): *Tiempo y Narración II*, Madrid, Ed. Cristiandad.

¹²⁶ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 177.

¹²⁷ Nótese que este planteamiento está en paralelo a la denuncia que realiza MacIntyre sobre el “emotivismo”.

¹²⁸ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 177.

¹²⁹ Aristóteles (2008): *Ética a Nicómaco*, I 1094^a, Madrid, Alianza editorial, p. 47: «*Parece que todo arte y toda investigación, e igualmente toda actividad y elección tienden a un determinado bien; de ahí que algunos hayan manifestado con razón que el bien es aquello a lo que todas las cosas aspiran*».

1.2.5.- La identidad narrativa

El planteamiento de Ricoeur, como podemos comprobar, se coloca gustosamente en la misma dirección de investigación que Charles Taylor o de Alasdair MacIntyre¹³⁰. Estos autores entienden al individuo sin un sentido de identidad que hace deducir la falta de dirección, tanto de sentido de la posición como lugar que ocupa. En definitiva, la falta de la garantía fundamental de una persona valiosa. Se pregunta nuestro filósofo:

«¿Cómo, en efecto, un sujeto de acción podría dar a su propia vida, considerada globalmente, una cualificación ética, si esta vida no fuera reunida, y cómo lo sería sino en forma de relato?»¹³¹.

Efectivamente, únicamente una vida aprehendida como totalidad singular puede aspirar a ser una vida lograda, realizada y feliz. Sin embargo, no ha terminado de ser solucionada puesto que la noción de *identidad narrativa*, que busca proporcionar unidad al conjunto de la vida humana, no deja de ser una idea problemática. ¿Por qué razón? En primer lugar, porque la vida humana se manifiesta como una *continuidad* sujeta a *discontinuidades*, como se supone que hacen las grandes crisis identitarias que llegan hasta “rehacer la vida” cambiando su dirección en todo o en parte. Él lo llamará «*continuidad ininterrumpida*»¹³². La vida no es una “corriente”, sino una unidad fluida e inarticulada. En ese sentido, la unidad de la vida humana no se deja aprehender por metáforas como las del crecimiento de una planta y un animal. Entendemos en este sentido que en la posibilidad de que exista una articulación que dé sentido y coherencia a nuestra vida, ésta debe hacerlo sin necesidad de negar, borrar u ocultar dichas discontinuidades.

Y en segundo lugar, porque la asociación entre identidad y narración está sujeta a sospecha. Es verdad que el modo cotidiano que tenemos de decir a otros quienes somos es contando la historia de nuestra vida. Sin embargo, esta asociación intuitiva de identidad y narración es menester someterla a crítica. Es más, muchos autores, como Nietzsche o Sartre entre otros, afirman que presentar la vida humana en forma de narración es siempre una manera de falsearla¹³³. Efectivamente:

«La vida humana se compone de acciones discretas que no llevan a ninguna parte, que no tienen ningún orden ni ninguna ilación. Es el que cuenta la historia el que impone

¹³⁰ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 184-186.

¹³¹ Op. cit., p. 160.

¹³² Op. cit., p. 111.

¹³³ Nietzsche, F. (1972): *Genealogía de la moral. Un escrito polémico*, Madrid, Alianza Editorial, p. 93.

*retrospectivamente a los acontecimientos humanos un orden que cuando se vivieron no tenían»*¹³⁴.

Ante esta postura nuestro autor defenderá la pertinencia de la *ficción narrativa* para hacer de la vida biológica una vida humana. Cuando Ricoeur analiza el concepto de identidad personal, quiere subrayar la naturaleza práctica de este concepto. Decir el “¿quién?”, como sujeto a una serie de acciones, implica relatar una historia que debe hacerse en el desarrollo de una secuencia temporal. De ahí, que no preguntemos: ¿qué es lo que hace que una persona sea idéntica a sí misma a lo largo de toda su vida? Suponemos por nuestro sentido común que habría algún núcleo inmutable que - permaneciendo constante a lo largo de la vida- escape al cambio temporal. Sería ésta la perspectiva clásica de Aristóteles que supone una substancia invariable y soporte de todas las transformaciones accidentales. Ahora bien, como lo muestra la misma crítica de Hume, nada de la experiencia humana -ni exterior ni interior a ella- está libre del cambio. Aun así, seguimos pensando en la existencia de que existe algo que le es propio a la persona y a nadie más. En ese sentido, la denominación de una persona por su *nombre propio* parece confirmar tal intuición. Así lo afirma el mismo autor:

*«[...] el “nombre propio” admite todos los predicados, por tanto, exige una determinación ulterior. La alteridad es incorporada por segunda vez a la designación: un solo nombre, entre la lista de nombres disponibles, designa permanentemente a un solo individuo opuesto a todos los otros de la misma clase. Y, una vez más, el privilegio de los nombres propios asignados a humanos se debe a su papel ulterior de confirmación de su identidad y de la ipseidad de estos. Y, aunque en el lenguaje ordinario los nombres propios no desempeñen plenamente su papel, al menos su objetivo es designar siempre a un individuo con exclusión de todos los demás de la clase considerada»*¹³⁵.

Efectivamente, la permanencia en el tiempo -propia a la identidad personal- se convierte en una realidad problemática que parece estar condenada a la alternativa entre una sustancia inmutable inaccesible al devenir o una sucesión incoherente de acontecimientos sin hilo conductor. Lo cual nos lleva a la pregunta más elemental: ¿es posible escapar a esta alternativa? Este es el desafío al que se va a enfrentar Ricoeur y por el cual el concepto de *identidad narrativa* intentará dar una solución satisfactoria.

¹³⁴ Peña, J. (2002): *La poética del tiempo. Ética y estética de la narración*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria, p. 97.

¹³⁵ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 46.

Con ese objetivo, se apoyará en algunas reflexiones que ya se habían desarrollado anteriormente en su texto “Tiempo y narración”.

El núcleo de la dificultad para pensar sobre la permanencia temporal de nosotros mismos tiene su raíz en la dificultad de pensar sobre el tiempo. Efectivamente, la permanencia en el tiempo se convierte de este modo en una cuestión problemática, ya que parece estar paralizada entre (a) lo inmutable de la inaccesible sustancia del devenir y la sucesión incoherente y (b) la fugacidad de los acontecimientos variables. El tiempo, en cuanto humano, es inescrutable para la reflexión filosófica, y cuando el hombre lo quiere pensar cae en aporías insalvables. Ricoeur cita¹³⁶ en ese sentido la conocida expresión de S. Agustín: «¿Qué es, en efecto, el tiempo? Si nadie me lo pregunta, lo sé, y si trato de explicárselo a quien me lo pregunta, no lo sé»¹³⁷.

Por tanto, la dificultad de pensar sobre el tiempo nace en el hombre como una intuición que procede de una doble experiencia del mismo. Por un lado, con su cuerpo se siente formando parte del “tiempo cosmológico” (devenir), es decir de un tiempo pautado por instante sucesivos e iguales que *pasan* uno detrás de otro. Y por otro, su experiencia íntima del tiempo, que podríamos llamarla el “*tiempo fenomenológico*”¹³⁸ (tiempo de una vida humana). Esta forma de entender el tiempo es vivida como una distensión en un presente que *permanece* desde un pasado que se está yendo y hacia un futuro que todavía no ha llegado.

Ahora bien, el problema a la hora de abordar el tiempo se encuentra en articular esa distancia que en el hombre parece infranqueable entre el *tiempo vivido* (la temporalidad originaria o existencial), es decir el tiempo que requiere un presente que *dura* capaz de unir pasado y futuro; y *el tiempo vulgar* (un tiempo asociado al tiempo del mundo). Es decir, sin presente, compuesto de instantes sucesivos que *pasan*. Nuestra experiencia cotidiana del tiempo queda prisionera así en una paradoja que separa el *tiempo vivido* de manera existencial, entre nuestro nacimiento y nuestra muerte, y el

¹³⁶ Cf. Ricoeur: *Tiempo y narración*, p. 41.

¹³⁷ Agustín, S. (1979): *Confesiones*, L. XI, 14,17, cap XIV, Madrid, BAC, p. 478. Sigue la cita: «Lo que sí digo sin vacilación es que sé, que si nada pasase, no habría tiempo pasado; y si nada sucediese, no habría tiempo futuro; y si nada existiese, no habría tiempo presente. Pero aquellos dos tiempos, pretérito y futuro, ¿cómo pueden ser, si el pretérito ya no es él y el futuro todavía no es? Y en cuanto al presente, si fuese siempre presente y no pasase a ser pretérito, ya no sería tiempo, sino eternidad. Si, pues, el presente, para ser tiempo es necesario que pase a ser pretérito, ¿cómo decimos que existe éste, cuya causa o razón de ser está en dejar de ser, de tal modo que no podemos decir con verdad que existe el tiempo sino en cuánto tiende a no ser?».

¹³⁸ Véase cómo la dimensión ética habita en lo fenoménico, en la realidad en tanto que humana. Sólo donde se da lo humano se da lo ético. Y viceversa sólo donde se da lo ético se da plenamente lo humano.

tiempo cósmico donde los instantes se suceden sin fin. La inmensidad regular del tiempo del mundo golpea frontalmente nuestro sentir de la brevedad de nuestra vida, que sin embargo, es quien da sentido al primero. Por tanto, es en esa fugacidad donde alcanza su verdadera magnitud cualquier cuestión importante para nosotros mismos.

¿Cómo articular ese “salto” que se da en el hombre, entre el tiempo físico y el tiempo vivido? Ricoeur encontrará respuesta centrándose en la importancia del lenguaje. Defiende que los seres humanos escapen a esa alternativa, no de un modo especulativo, sino de un modo práctico e inscribiendo a través del lenguaje su experiencia íntima del tiempo en el tiempo físico. ¿Cómo? Con la creación de lo que llamará un «*tercer tiempo*»¹³⁹, que es propiamente el *tiempo humano*. Es lo que podríamos llamar en nuestro lenguaje común “el tiempo del calendario”. Es decir, aquel tiempo que está socialmente construido, y en cuanto institucional, se sostiene en el lenguaje. Ricoeur entiende que el tiempo humano es propiamente una creación del lenguaje. Es una institución social. Véase que uno de sus descubrimientos más ostentosos es haber considerado el *tiempo humano* como un *tercer-tiempo* (una mediación viva entre el tiempo cósmico y el tiempo fenomenológico).

Efectivamente, el tiempo humano posee, al igual que el tiempo vivido, una noción de presente que se diferencia cualitativamente entre el pasado y el futuro. No obstante, contrariamente al tiempo vivido, que no tiene anclajes ni referencias objetivas, el tiempo humano utiliza recursos de conexión -por medio del lenguaje y de las instituciones,...- que permiten relacionar nuestra experiencia personal y subjetiva al tiempo de los otros y al tiempo del mundo en el que vivimos¹⁴⁰.

Llegados a este punto de la investigación descubrimos que Ricoeur mostrará cómo el lenguaje, y en particular la narración, permiten pensar en la permanencia del tiempo como algo propio de la identidad personal. Su razón radica en dos argumentos:

- (1) se desconoce esa doble experiencia del tiempo propia del hombre,

¹³⁹ Cf. Ricoeur: *Tiempo y narratividad I*, p. 27: «Las perspectivas fenomenológicas impiden una concepción cosmológica del tiempo. Pero, a su vez, Aristóteles se enfrenta a san Agustín, Kant a Husserl, Heidegger a la “concepción vulgar” del tiempo. Se concluye así en la exigencia de un “tercer tiempo”, entre el cosmológico y el fenomenológico: el tiempo propio a la narración y a la historia, el tiempo que el relato —con la actividad mímica— genera por medio de la configuración original de la “construcción de la trama”». Véase esta idea, en: Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 34-35.

¹⁴⁰ De ese modo, el calendario, si usamos un ejemplo, se establece en una institución que socializa el tiempo de nuestras experiencias íntimas y le da una posición respecto con una escala lineal, segmentada y medible en términos de fenómenos físicos, como puede ser la referencia al ciclo solar que segmenta el tiempo en días, meses y años.

(2) y las soluciones dadas al problema de la identidad oscilan sin solución de continuidad entre “el fenomenismo de Hume”, que no deja comprender la unidad del sujeto, y “el substancialismo de Aristóteles”, que no explica la diversidad de nuestras experiencias.

De ese modo, Ricoeur buscará en la narración esa articulación entre el tiempo cósmico y el tiempo fenomenológico. Su teoría narrativa, que ayudará a explorar esta mediación del relato en la constitución del tiempo humano, es sumamente compleja y ocupa toda la segunda parte de *Tiempo y Narración*. El autor bebe de las fuentes de los formalistas rusos -especialmente J. Propp- de la década de los años veinte y treinta, así como de los estructuralistas franceses (fundamentalmente de Greimas) de los años sesenta y setenta. Sin embargo, no es nuestro interés pararnos aquí respecto a esta compleja teoría que ya está prefigurada en la *Poética* de Aristóteles¹⁴¹.

El concepto central es el concepto de *intriga* o *trama*, presente en las teorías narrativas actuales y en la *Poética* de Aristóteles. Intriga en griego se dice *mythos*, y significa a la vez *fábula*, en el sentido historia imaginaria, e *intriga*, en el sentido de historia bien construida. Con este segundo sentido de intriga, como historia bien construida, será el que Ricoeur vaya a aplicar para resolver –como sostiene- no de manera especulativa sino práctica la “aporeticidad” del tiempo. Es decir, para él la intriga no es una estructura estática sino más bien una operación. Es un *proceso integrador* que únicamente se realiza en el lector o en el espectador (o el receptor vivo de la historia relatada). Al hablar de proceso integrador, Ricoeur se refiere al trabajo de composición y de construcción en una palabra, que le obsequia a la historia relatada una “identidad dinámica”. Pero, ¿en qué consiste ese proceso estructurante de la intriga? De manera general lo define como una actividad de síntesis de elementos heterogéneos. ¿Síntesis entre qué y qué? ¹⁴²

En primer lugar, síntesis entre los acontecimientos y las incidencias que se suceden, por un lado, linealmente en el tiempo y, por otro, como instantes sucesivos. La intriga tiene la virtud de construir una historia de los múltiples incidentes que se suceden uno detrás de otro. La narración no es una simple enumeración, en un orden

¹⁴¹ Cf. Ricoeur, P. (1989): “La vida: un relato en busca de narrador”, en: Ricoeur, P., *Educación y política*, Buenos Aires, Ed. Docencia, p. 45: «Es cierto que Aristóteles solamente conocía tres géneros literarios: la epopeya, la tragedia y la comedia, pero su análisis ya era lo suficientemente general y formal como para dar lugar a las transposiciones modernas».

¹⁴² Cf. Op. cit., p. 45.

secuencial o sucesivo, de los incidentes o acontecimientos, sino una estructuración que *transforma* esos incidentes y acontecimientos en un todo inteligible. Se puede lograr una comprensión de esta composición por medio del acto de *seguir* una historia. Seguir una historia es una operación muy compleja. Está guiada constantemente por expectativas acerca de la continuación de la historia y expectativas que corregimos o confirmamos a medida que se desarrolla la historia, hasta que coincide con la conclusión¹⁴³.

Además, por sus características propias -y en segundo lugar- la intriga es una síntesis de lo heterogéneo de una manera más profunda. Toda composición narrativa tiene la cualidad de entrecruzar las dos clases de tiempo que vivimos. Por una parte, una sucesión discreta, abierta y teóricamente indefinida de incidentes (una sucesión de instantes, podríamos decir, uno detrás del otro) y, por otra parte, un aspecto temporal caracterizado por la integración gracias a la cual la historia recibe una configuración. En ese sentido, componer una historia es extraer una *configuración* de una *sucesión*. Advertimos aquí la importancia de esta perspectiva ya que, como ya habíamos visto, el tiempo es para nosotros aquello que pasa y desaparece y, por otra parte, aquello que dura y permanece. La historia relatada se convierte así en una totalidad temporal de características muy particulares, que actúa como mediadora entre el tiempo como paso y el tiempo como duración. Si se puede hablar de identidad temporal de una historia es menester caracterizarla como aquello que dura y permanece a través de aquello que pasa y desaparece¹⁴⁴.

Ricoeur entiende que de este análisis de la historia, como síntesis de lo heterogéneo, se pueden desplegar tres rasgos definidos:

«[...] la mediación que ejerce la intriga entre la multiplicidad de incidentes y la historia única, la primacía de la concordancia sobre la discordancia y, por último, la competencia entre sucesión y configuración»¹⁴⁵.

Si aplicamos este análisis de la función integradora de la intriga entre los dos tipos de temporalidad a nosotros mismos, sucede que nuestra vida, abarcada con una sola mirada, se nos manifiesta como el campo de una actividad constructiva, por el medio el cual intentamos -a través de la narración- reencontrar, y no simplemente imponer desde afuera, la identidad que nos constituye. La intriga, por lo tanto, sin

¹⁴³ Op. cit., p. 46.

¹⁴⁴ Ídem.

¹⁴⁵ Op. cit., pp. 46-50.

solucionar la aporía fundamental de la temporalidad ya vista, construye una unidad dinámica de sentido a través de la diversidad de nuestras cogniciones, voliciones o emociones. A esta “comprensión de sentido” la llama Ricoeur “*identidad narrativa*”. Es decir, identidad eficaz y real puesto que se produce en el ámbito de la práctica.

Decir identidad de un individuo significa contestar a la pregunta “¿*Quién ha hecho tal acción?*” Para empezar se contesta a esta pregunta nombrando a alguien. Esto es, designando un nombre propio.

Por tanto, desde esa perspectiva hermenéutico-reflexiva del sujeto, la identidad se presenta como narratividad, es decir como un relato poético de una historia de vida. ¿Qué permanece idéntico en el curso de una vida humana? Tal pregunta nos remite a la pregunta por el *quién* que nos lleva a los entramados del sujeto de la acción. Por tanto, la respuesta por la identidad es precisamente la del *quién*. Y, ¿qué entendemos por identidad de ese *quién*? Dos cuestiones diferentes:

- (1) la permanencia de una sustancia inmutable a la que el tiempo no afecta. A ella Ricoeur llamará *mismidad* y que responde a la pregunta por el *qué*,
- (2) pero también existe otro modelo de identidad que no entra en el esquema de inmutabilidad y que se mantiene a pesar de las dificultades de la vida que corresponde a lo que conocemos como *ipsiedad* (responde a la pregunta por el *quién*).

Y ¿*quién soy yo?* La dialéctica de la *mismidad* y de la *ipsiedad* como interna constitución ontológica de la persona, responde el filósofo francés¹⁴⁶.

Pero, ¿cuál es el soporte de la permanencia de un nombre propio?, ¿qué es lo que justifica que se mantenga el sujeto de la acción, designado de este modo por su nombre, como el mismo a lo largo de toda una vida que se extiende desde el nacimiento hasta la muerte? La respuesta no puede ser más que la narratividad. En efecto, responder a la cuestión del “¿*quién?*” -tal como había señalado fuertemente Hannah Arendt- es narrar la historia de una vida.

¹⁴⁶ Cf. Ricoeur, P. (1990): *Amor y justicia*, Madrid, Caparrós, p. 121. Tal perspectiva implica que el conocimiento de uno mismo tenga que ser comprendido como «el diálogo del alma consigo mismo»: Véase, en: Ricoeur, P. (1986): *Del texto a la acción*, p. 50. Esta expresión de origen platónico –tan del gusto de Apel- de interpretar el diálogo como un monólogo, casi como el límite del ejercicio de “*la racionalidad dialógica*”, tal vez diera satisfacción a la propuesta de José Luis Aranguren de prestar a “*la ética intrasubjetiva*” una atención al menos comparable a la que se prodiga hoy a “*la ética intersubjetiva*”, véase: Aranguren, J. L. (1986): “Prólogo”, en: Cortina, A., *Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica*, Madrid, Tecnos, pp. 11-15.

«La historia narrada dice el “quién” de una acción. Por lo tanto, la propia identidad del quién no es más que una identidad narrativa. En efecto, sin la ayuda de la narración, el problema de la identidad personal será condenado a una antinomia sin solución: o se presenta un sujeto idéntico a sí mismo en la diversidad de sus estados, o se sostiene, siguiendo a Hume y Nietzsche, que este sujeto idéntico no es más que una ilusión sustancialista, cuya eliminación no muestra más que una diversidad de cogniciones, emociones, voliciones»¹⁴⁷.

Esta identidad narrativa escapa por lo tanto a la alternativa planteada al comienzo. En ese sentido, permite al agente aprehender la totalidad de sus acciones como *suyas* (no como una diversidad incoherente) en la singularidad de una unidad temporal única y propia, pero que no es la identidad estable e inmutable de la sustancia aristotélica. El concepto de identidad narrativa permite incluir el cambio en la cohesión de una vida.

La identidad concebida como lo mismo (*idem*) se sustituye por una identidad concebida como *sí-mismo* (*ipse*). Esta última es conforme a la estructura temporal dinámica que surge de la composición propia de la intriga del relato. Es por eso que el sujeto de la acción aparece como el lector y el escritor de su propia vida. El agente actúa en el mundo y en el seno de un contexto dado, pero al mismo tiempo, el sentido de su acción sólo le es accesible a través de la lectura de su historia. Véase que es posible considerar el aspecto circular, a la vez pasivo y activo, de esta comprensión: en el mismo acto que me comprendo a mí mismo a través de la narración, me construyo. De ese modo, la mediación narrativa, sin dispersarme en una sucesión incoherente de acontecimientos, permite, a su vez, que sea posible reescribir a lo largo de la vida diferentes tramas de mi existencia¹⁴⁸.

1.2.6.- El actuar humano como “praxis”

Con esta última consideración, podemos plantear las implicaciones éticas de este planteamiento, que -en el fondo- es antropológico. Lo importante ahora será tratar de idear las consecuencias más importantes que ofrece este rol mediador de la identidad narrativa para el concepto de la acción.

La idea central de Ricoeur podría formularse de la siguiente manera: la narración, requerida para dar una solución práctica a las aporías del tiempo, integra al mismo tiempo el concepto de la acción al nivel de la *praxis* de Aristóteles. ¿En qué

¹⁴⁷ Ricoeur: *Tiempo y narrativa II*, pp. 997-998.

¹⁴⁸ Cf. Op. cit., p. 998.

sentido? En el sentido en que lo verdaderamente importante no es hacer de la acción humana, sino en que ésta construye al sujeto de la acción. Es decir, lo convierte en agente. Es justamente a través de la narración -dirá Ricoeur- que se salva ese “*hacerse a sí mismo*” propio del actuar humano. Y señalamos: ese “*hacerse a sí mismo*” como afirmación indispensable para que las virtudes, actitudes, o valores tomen operatividad¹⁴⁹.

Según Ricoeur, un sujeto no puede tener la experiencia directa de *sí mismo*, porque no se experimenta a *sí mismo* de modo inmediato, como manifestaba aquella idea cartesiana del cogito que se fundamenta desde una verdad primera. En respuesta a ello, el autor entiende que el acceso a *sí mismo* (a nuestro yo) sucede desde un camino *largo y poético*. En otras palabras, para una integración hermenéutica como lectura que subraya el acceso indirecto a *sí mismo* y al propio mundo. Como explica el mismo Ricoeur, «*le sujet no se connaît pas lui-même directement, mais seulement à travers les signes déposés dans sa mémoire et son imaginaire par les grandes cultures*»¹⁵⁰. Con esta idea quiere considerar que el sujeto tiene la experiencia y el conocimiento de *sí mismo* en un movimiento reflexivo, de retorno a *sí* y que se realiza a partir de un largo viaje en el que se mueve entre el otro y la cultura.

Esta operatividad se alcanza en la medida en que la acción humana se hace realmente histórica. No sólo porque se despliega en el tiempo, sino también porque inscribe esta temporalidad en la red del lenguaje y más ampliamente, en un contexto institucional. Es gracias a esa inscripción que el concepto de acción se extiende y se despliega según una jerarquía que le da una estructura teleológica.

Las categorías de prácticas, planes de vida y unidad narrativa de una vida, que Ricoeur desarrolla en el estudio sexto siguiendo a MacIntyre, dibujan así la teleología propia del actuar humano.

Ahora bien, la extensión y jerarquización del campo práctico no se constituye en una escala creciente por composición de lo más simple a lo más elaborado. Ricoeur muestra cómo -a la luz de la teoría narrativa- la ampliación del campo de la acción se hace a través de «[...] *un doble movimiento de complejidad ascendente a partir de las*

¹⁴⁹ Cf. Ricoeur, P. (1987): *Del texto a la acción. Ensayos de hermenéutica*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica.

¹⁵⁰ Ricoeur, P. (1995): *Réflexion faite. Autobiographie intellectuelle*, Paris, Ésprit, p. 42: «[...] *el sujeto no se conoce a sí mismo directamente, sino solamente a través de los signos de la memoria y la imaginación de las grandes culturas*» (traducción realizada por investigador).

prácticas y de especificación descendente a partir del horizonte vago y móvil de ideales y de proyectos a la luz de los cuales una vida humana se aprehende en su unidad»¹⁵¹. Detallemos esta comprensión práctica del actuar humano.

El sujeto queda delineado, como ya dijimos, entre un horizonte comprensivo -la unidad narrativa de la vida- y unas determinaciones concretas -las prácticas-. Las prácticas llevan el peso de las determinaciones concretas y definidas. Sin embargo, el horizonte comprensivo de ideales se presenta como algo vago y necesitado de concreción. A este nivel, entre prácticas y horizonte, Ricoeur incluye una zona mediadora que son los planes de vida. «*Se llamará planes de vida a esas vastas unidades prácticas que designamos con el nombre de vida de familia, vida profesional, vida de ocio, etc*»¹⁵². Lo fundamental de estos planes de vida es que toman forma en el intercambio entre esos ideales más o menos lejanos y la consideración de las ventajas y desventajas que tiene tal plan de vida en el nivel de las prácticas. Los planes de vida constituyen una *zona mediadora* de intercambio entre la indeterminación de los ideales rectores y la determinación de las prácticas.

El último grado sobre la escala de la praxis, el del horizonte, Ricoeur lo denomina junto con MacIntyre como «*la unidad narrativa de una vida*»¹⁵³. La idea de una integración o síntesis de la vida en forma de relato es tanto para Ricoeur como para MacIntyre “*la clave de bóveda de toda ética*”. La consideración de este horizonte de integración, de su contenido y constitución es fundamental para la investigación sobre la vida buena. El contenido de este horizonte es para cada uno la nebulosa de ideales, de sueños y de anhelos en función de los cuales una vida es considerada más o menos realizada¹⁵⁴.

La mediación narrativa le permite a Ricoeur establecer, sin necesidad de una “biología metafísica” como era el caso en Aristóteles, una comprensión estructurada, jerarquizada y teleológica del actuar humano. En ese sentido busca en los estudios quinto y sexto, la constitución de las líneas maestras de una antropología filosófica que permitan mostrar cómo es posible la capacidad ética y política del hombre.

Estos dos estudios recogen y sintetizan en gran medida una parte importante de sus trabajos y preocupaciones precedentes, pues constituyen, en su opinión, su

¹⁵¹ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 159.

¹⁵² Op. cit., p. 159.

¹⁵³ Ídem.

¹⁵⁴ Cf. Op. cit., pp. 184-185.

contribución mayor a la filosofía política contemporánea. En ese sentido, su filosofía puede quedar bien caracterizada como la elaboración, paciente y constante, de los rasgos esenciales de una antropología del actuar humano.

Recojamos lo que hasta ahora hemos considerado desde la perspectiva ricoeuriana de la ética dialógica. Hemos dado cuenta cómo la ética narrativa ha recuperado la noción de sujeto, ahora “*narrativamente transformado*”, como eje articulador que media entre las acciones concretas y el horizonte de sentido en las que éstas se han de inscribir si es que quieren adquirir inteligibilidad plena. Ahora bien, hasta el momento lo único que hemos hecho ha sido localizar el “*locus*” donde se enraízan esos “*intereses vitales*”: la construcción de la identidad personal a través de la narración autobiográfica. Sin embargo, es necesario para que nuestro viaje por la ética narrativa llegue a buen puerto señalar cómo se encaja esta dimensión subjetiva de la “autorrealización” con la problemática intersubjetiva como punto de partida originario de una ética de la responsabilidad.

1.2.7.- La única salida: “la apertura a la intersubjetividad”

Para Ricoeur el fundamento último de la ética reside en el deseo de ser y el esfuerzo por existir como bases constitutivas del ser humano. En cuanto al “yo” del sujeto, éste no se entiende como una realidad que se recibe como hecho, sino que representa para *sí mismo* una tarea por realizar. En este sentido, descubrimos que cada existencia es análoga a una narración de la que cada uno es el autor. Y ahí es donde entra en escena el papel de la ética.

Hemos dado cuenta cómo para Ricoeur, tanto el hombre como su mundo, habitan en el tiempo y en el lenguaje (en la narración), en cuanto que ésta es la mediación entre el tiempo cosmológico y el tiempo humano. Ello supone la presencia de variados interlocutores: antepasados, contemporáneos y descendientes. Por consiguiente, esa tarea, que surge del deseo de ser de cada cual, se realiza necesariamente con los “otros”. ¿Por qué los “otros”? Porque está determinada por la herencia recibida de quienes nos precedieron, lo cual condicionará, a su vez, a la tarea de los que nos sucederán.

El deseo que nos funda (el interés vital) es -al igual que todo deseo- la manifestación de una carencia. De ella surge la tarea ética y también la radical insuficiencia, que inevitablemente caracteriza su efectuación y determina la necesaria presencia de la ley junto a la aspiración. La experiencia del mal nos pone de manifiesto

esta necesidad de la ley¹⁵⁵. Pero, respecto a la ley y lo normativo, ¿qué papel desempeñan en lo que Ricoeur expone?

El autor plantea, pues, que la idea de ley moral, si bien es verdad que se apropia en un lugar y libra una función específica en la ética, no es fundamental. Para mostrarlo propone distinguir entre ética y moral, reservando «*el término –afirma Ricoeur- de ética para la “intencionalidad” de una vida realizada, y el de moral para la articulación de esta intencionalidad dentro de normas caracterizadas a la vez por la pretensión de universalidad y por un efecto de restricción*»¹⁵⁶.

Por esta razón, entiende que la responsabilidad del sujeto con su proyecto de vida buena es tan resaltado en la “*petite éthique*” que se manifiesta en tres dimensiones no solamente complementarias, sino dialógicas: “(1) la estima de sí mismo, (2) la solicitud del otro y (3) la justicia social e institucional”. Es su famoso adagio: «*el deseo de una vida realizada –con y para los otros- en instituciones justas*»¹⁵⁷. Hacer el bien, desde esta óptica, es estar en armonía; es equilibrar mi proyecto de vivir bien con el proyecto de todos los demás. Es actuar en el sentido de defender la libertad y la vida del otro (de cada uno), y no solo la vida del otro, sino la de todos los demás y de toda la sociedad.

Así, la ética que nosotros entendemos se fundamenta en el *ethos moral*¹⁵⁸ del “yo”, el “tú” y la “institución”. En otras palabras, (1) en un sujeto que se comprende así mismo como agente y que busca realizar un proyecto de vida buena. (2) Tal sujeto necesita respetar al “otro” desde el momento en que se comprende así mismo, sintiendo la mirada, el aprecio y reconocimiento de éste. (3) Y de ese modo, el sujeto aprecia ser tratado de manera justa porque percibe como legítimas las normas y las leyes implantadas en los valores de la organización empresarial y comprometiéndose con esos valores. Explicemos cada una de ellas brevemente:

¹⁵⁵ Cf. Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 231.

¹⁵⁶ Cf. Op. cit., p. 174.

¹⁵⁷ Ricoeur: *Amor y justicia*, p. 107.

¹⁵⁸ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, *Prólogo*, p. XI. En la misma obra observa el autor: «*Observemos, en primer lugar, que no es una casualidad si se ha hablado constantemente de estima de sí y no de estima de mí. “Decir sí no es decir yo”. [...] el paso de la ipseidad a la calidad de mío está marcado por la cláusula “en cada caso” [...]. Pero ¿sobre qué se funda este “en cada caso”, si no es en la referencia no dicha al otro? Sobre la base de este “en cada caso”, se distribuye “mi” posesión de mis experiencias se distribuye, de algún modo, entre todas las personas gramaticales*»: Op. cit., p. 187. Véase también, en: Ricoeur: *Amor y justicia*, p. 107.

1.- «*La estima de sí*»¹⁵⁹ (o deseo de una vida realizada) inscribe la ética en la profundidad del deseo, donde se subraya su carácter de aspiración y de posibilidad, como anterior a cualquier tipo de mandato heterodoxo e imperativo. Ricoeur ensaya una fórmula afirmando: «¡*Ojalá logre vivir bien, bajo el horizonte de una vida realizada y, en ese sentido, feliz!*»¹⁶⁰. El elemento ético de esta aspiración es justamente expresado en la noción de *estima de sí mismo*. Es decir, más allá de cómo pueda ser nuestra relación con el “otro”, o con la realidad o institución, es imposible hablar de un sujeto de responsabilidad si éste no es capaz de estimarse a sí mismo en cuanto capaz de obrar intencionalmente. Al hablar de *estima de sí*, Ricoeur evita caer en la reducción de un “yo” centrado en sí mismo¹⁶¹. De alguna manera, el *sí* al que se dirige la estima es el término reflexivo de todas las preguntas gramaticales.

De ese modo, el “otro” que interrumpe en esta *estima de sí* no sería una persona, si no pudiera sospechar que dirigiéndose a mí ella se sabe capaz de designarse a sí misma como al que se dirige a mí y así se prueba capaz de la estima de sí definida por la intencionalidad y por la iniciativa. Por tanto, hablar de la *estima de sí* es comenzar por el primer término de la tríada constitutiva del *ethos* personal.

Con este polo el autor expresaría al “yo” como «*una libertad en primera persona que se pone a sí misma*». Es el polo de la afirmación o posición por sí mismo de la propia libertad, la cual no puede verse ni encontrarse, solo puede atestiguar. Atestiguar algo quiere decir afirmar que algo existe aunque no se pueda ver, ya que la libertad no se deriva. Encontramos en esta afirmación de la libertad un punto de cercanía con la antinomia kantiana que se refiere a aquellas cosas que podemos pensar, pero no conocer.

El polo del “yo” es el sujeto de la acción que puede decir “yo *actúo*” y que, antes de actuar dice: “yo *puedo*” y “yo *quiero*” actuar. Esta afirmación previa no es más que la creencia en la propia capacidad para «*iniciar nuevas acciones en el mundo*». Es un sujeto libre que puede y quiere ser. Es la creencia en la posibilidad de arrancarse «*al curso de las cosas, a la naturaleza y a sus leyes, a la vida misma y a sus necesidades*». Es una libertad, pues, que es mera aspiración y -como tal- afirmación que precisa dar testimonio de sí misma y objetivarse en obras a través del recorrido de una vida

¹⁵⁹ Cf. Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 176-185.

¹⁶⁰ Ricoeur: *Amor y justicia*, pp. 107.

¹⁶¹ Ídem.

completa¹⁶². Insiste Ricoeur que esa libertad que se afirma no se percibe directamente a sí misma, no se tiene ni se posee, puesto que:

*«La libertad sólo puede atestiguar, rendir homenaje de sí misma mediante obras, en las cuales ella se vuelva objetiva. Esta libertad que se pone, no sólo yo no la veo, ni tampoco la sé, sino que solamente puedo creer en ella; ponerme libre significa crearme libre. Es por falta de visión, de intuición, que la libertad está condenada a atestiguar en obras. Sólo puedo, entonces, partir de la creencia de que puedo iniciar nuevas acciones en el mundo; soy exactamente lo que puede y puedo exactamente lo que soy»*¹⁶³.

El autor entiende la intencionalidad ética como una especie de odisea de la libertad a través del mundo de sus obras, en las que da testimonio de sí misma. Es un viaje que va del “yo puedo hacer” al “yo hago” o “yo he hecho”.

*«La causalidad de la libertad – dice el autor- no se aprehende a sí misma en la inmediatez, ella debe describirse y recubrirse mediante el gran rodeo de las obras, debe atestiguar en la acción [...] Es un curso ulterior, toda una duración por venir la que se requiere para testimoniar del ser-libre»*¹⁶⁴.

Por tanto, existe la ética porque el “yo” arranca en el curso de las cosas, de las leyes de la naturaleza y de todas las necesidades. Pero es el recorrido entero de una vida el que justifica la creencia puramente formal y vacía del yo puedo.

Sin embargo, en el reverso de esa cara positiva de la libertad como tarea, hay un aspecto negativo que reside intrínsecamente: “la fabilidad”. Es decir, nuestro no coincidir con nosotros mismos, la propia «inadecuación, sentido por cada uno, entre su deseo de ser y toda efectución»¹⁶⁵. Esta es la misma idea sobre la tensión entre aspiración y realizaciones, que le llevó a Paul Ricoeur a definir al ser humano como «la Alegría del Sí afirmativo en la tristeza de lo finito»¹⁶⁶.

¹⁶² Nótese el paralelismo con la corrección hegeliana que Apel hace del falibilismo con el fin de determinar la capacidad de alcanzar certeza, fundamental para el esquema dialógico. En el caso de Ricoeur, esta voluntad del sujeto también es condición formal de posibilidad a la hora de plantear su esquema ético.

¹⁶³ Ricoeur: *Educación y política*, p. 74.

¹⁶⁴ Op. cit., p. 75.

¹⁶⁵ Ídem. Esta misma idea sobre la tensión entre aspiración y realizaciones fue lo que le llevó a Paul Ricoeur a definir al ser humano como la alegría de sí en medio de la tristeza de la finitud.

¹⁶⁶ Ricoeur, P (2011): *Finitud y culpabilidad*, Madrid, Trotta, p. 158. La cita completa sigue así: «No pienso directamente el hombre, sino que lo pienso como composición, como los “mixto” de la afirmación originaria y de la negación existencial. El hombre es la Alegría del Sí afirmativo en la tristeza de lo finito».

En efecto, la fragilidad humana, que es la que porta y hace posible el mal en el mundo, más allá de ser comprendida como una visión nihilista del sujeto¹⁶⁷, es una apuesta por la capacidad que posee el ser humano en el ejercicio de la decisión, acción y responsabilidad. Lo cual nos revela la condición fundamental de la persona: “Ser libre”.

Para Ricoeur, el hombre caído, que vive dentro de “la patética de la miseria” de ser transcendencia y falta en el mismo lugar, es capaz de afirmar su libertad. Es un ser capaz de «*apuntar hacia la verdad con su discurso y sus palabras*»¹⁶⁸.

2.- «*Con y para los otros*»¹⁶⁹. Para este segundo nivel, el autor sugiere proponer la “*solicitud*” como un movimiento de sí mismo que responde a los aspectos lingüísticos, prácticos y narrativos. Parte de la idea de Emmanuel Lévinas¹⁷⁰ de una ética que nace a partir de conceptos tales como “rostro”, “alteridad”, “exterioridad”,... Es una llamada que viene del “otro” sobre el reconocimiento de *sí mismo por sí mismo*. De esa llamada, nace lo que Ricoeur propone como “reciprocidad” («*compartir, vivir-juntos*»¹⁷¹) como el ejercicio que establece a un “otro” como mi semejante y a *mí mismo* como el semejante del “otro”. Por esta razón, sin la reciprocidad la alteridad no sería “otro” distinto a mí mismo, sino la expresión de una distancia indiscernible de la ausencia. Hacer del “otro” mi semejante es la base de una ética que se preocupa por la relación entre la *estima de sí* y la *solicitud*.

La libertad de la que hemos expuesto en el primer polo es el punto de partida para que Ricoeur plantee la tarea ética. Sin embargo, llegado a este punto descubrimos que queda vacía puesto que el “yo” no constituye por sí mismo el todo de la ética. Efectivamente, la ética comienza cuando *junto a/y frente* al “yo” aparece un “tú” con el que dialogar. Define así el autor el segundo polo de la ética del *alter ego* que también dice “yo”, que es como “yo” una libertad que se afirma y necesita dar testimonio de sí y que, por consiguiente, me interpela exigiéndome reconocimiento, tal como “yo” exijo ser reconocido. En otras palabras, el “yo”, que quiere realizar su libertad, reconoce en el

¹⁶⁷ Es decir, desconfianza en su capacidad de obrar y de querer el bien.

¹⁶⁸ Albertos, J. E. (2008): *El mal en la filosofía de la voluntad de Paul Ricoeur*, Pampola, EUNSA, p. 193.

¹⁶⁹ Cf. Ricoeur: *Amor y justicia*, pp. 108-109; Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 86-201.

¹⁷⁰ Cf. Lévinas, E. (2002): *Totalidad e infinito*, Salamanca, Sígueme.

¹⁷¹ Cf. Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 194-195: «[...] Sólo quiero recordar la ética de la reciprocidad, del compartir, del vivir-juntos. [...] Lo que añade es la idea de reciprocidad en el intercambio entre humanos que se estiman mutuamente. En cuanto al corolario de la reciprocidad, la igualdad, Aristóteles coloca la amistad en el camino de la justicia, en el que compartir la vida entre un pequeñísimo número de personas da lugar a una distribución de partes dentro de una pluralidad a escala de una comunidad política histórica».

“otro” a otro “yo” que también quiere realiza la suya. Por eso cuando el “yo” afirma: “yo quiero que tu libertad sea”, lo que se está considerando es el comienzo de la ética.

Efectivamente, el rostro del “otro”, como afirma Ricoeur siguiendo la línea levinasiana, me requiere. De este modo, la responsabilidad surge como una respuesta a este requerimiento por parte del «otro para que yo, que me amo a mí mismo, ante al otro como a mí mismo». Esto comienza –insiste el autor– con algo positivo. A saber: previo a la prohibición “tú no matarás” cuando aparece el requerimiento: “ámame como a ti mismo, tú que estás llamado a amarte a ti mismo como yo”. La relación es perfectamente reversible. Soy tocado por el acusativo “me” desde aquél a quien “yo” digo “tú” en vocativo y dice “yo” por sí mismo¹⁷².

Véase que existe una mutua relación entre el “yo” como “otro yo” y el “yo” como requerido por el “otro”. Es decir, comprendo lo que significa decir que “yo” puedo saber que el “otro” es un “yo” y puedo desear que ese “otro yo” sea. Y puesto que ese “otro yo” me requiere, me siento responsable de ayudarlo y me siento, a mi vez, necesitado de que me ayuden. En efecto, el sentirme requerido por la libertad del “otro”, que busca atestiguar, me hace captar lo dialógico de mi libertad como respuesta responsable. Por tanto, podemos considerar que hay una reciprocidad de liberación mutua en esta percepción dialógica de libertades¹⁷³. Por esa razón, el autor coincide con Lévinas en afirmar que:

*«El reconocimiento del rostro del otro constituye un verdadero punto de partida, un comienzo enteramente original en la vía ética. Toda la ética nace entonces de repetir esta tarea: hacer que la libertad del otro advenga como semejante a la mía. El otro es mi semejante. Semejante en la alteridad, otro en la similitud»*¹⁷⁴.

La tarea ética es, pues, un doble movimiento: (1) dar testimonio de la propia libertad y (2) permitir que la libertad del “otro” sea al igual que la mía. Es imposible adjudicar prioridad a una de estas dos tareas que son enteramente recíprocas.

Este requerimiento –como ya hemos expuesto– del “otro” es algo positivo con anterioridad a toda prohibición. Sin embargo, al igual que con el “yo” existe un aspecto negativo. A saber: se oponen y confrontan las libertades en el campo de la acción. En esta interacción de libertades surgen los conflictos, la esclavitud, la manipulación, la

¹⁷² Cf. Ídem.

¹⁷³ Cf. Masiá Clavel, J. – Domingo Moratalla, T. – Ochaita Velilla, A. (1998): *Lecturas de Paul Ricoeur*, Madrid, Universidad Pontificia de Comillas, p. 85.

¹⁷⁴ Ricoeur: *Educación y política*, pp. 75-76.

desigualdad, la lucha, el terrorismo, el odio,... En definitiva, existe el mal simbolizado por Caín y Abel. Ricoeur lo expresa así: «*la tarea de volverse libre está contraria originalmente por el mal primordial de la muerte de la libertad*»¹⁷⁵. Es la lucha por el reconocimiento del “otro”, que ya fue expuesta por Hegel y que la describió como la dialéctica del amo y del esclavo.

Por tanto, del mismo modo que en el diálogo hay un objeto que sirve de referencia común a los sujetos interlocutores, en el encuentro entre dos libertades hay un papel de mediación desempeñado por términos neutros e impersonales como, puede ser el ejemplo de una causa defendida, o un ideal a realizar o un valor a defender, o una norma que cumplir¹⁷⁶.

3.- «*En instituciones justas*»¹⁷⁷. Introducir en este tercer nivel el concepto de institución es integrar una relación con el “otro” que no se deja reconstruir sobre el modelo de reciprocidad como amistad. El “otro de la institución” es el frente a mí “sin rostro”. Es el cada uno de la distribución justa. El uso del “cada uno” es una referencia a una persona que es distinta a mí, pero que solo accedo a ella a través de los caminos de la institución como el espacio adecuado por el que se distribuye no solo bienes y servicios (mercancías), sino derechos y deberes, obligaciones y cargas, ventajas y desventajas, responsabilidades y honores.

Evocamos para esta institución el valor de la justicia como uno de los problemas, en términos éticos, más complicados de ser aplicados, puesto que ninguna sociedad ha logrado conseguir -ni dejará de proponerse- una distribución igualitaria, no solo desde una visión entre bienes y servicios, sino con cargas y responsabilidades. Creemos, al igual que Ricoeur, que la teoría sobre la justicia que mejor se adaptaría a esta propuesta dialógica de un *ethos* empresarial es aquella formulada por el filósofo John Rawls¹⁷⁸.

Pero más allá de preocuparnos de qué clase de justicia proponer, lo que distingue la relación con el “otro” en la institución de la relación de solicitud en el cara a cara es precisamente esa mediación que ofrecen las estructuras de distribución, que buscan la proporcionalidad digna de ser llamada equitativa. De Rawls podríamos incluso quedarnos con la sugerencia que, a diferencia del utilitarismo que entiende la justicia

¹⁷⁵ Op. cit., p. 77.

¹⁷⁶ Cf. Masiá Clavel et alii: *Lecturas de Paul Ricoeur*, p. 86.

¹⁷⁷ Cf. Ricoeur: *Amor y justicia*, pp. 109-110; Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 242-257.

¹⁷⁸ Cf. Rawls, J. (2008): *Teoría sobre la justicia*, Ciudad de México.

como la búsqueda del mayor beneficio para el mayor número en los repartos desiguales, es definida por la maximización de la parte más débil¹⁷⁹. Su propuesta de justicia se encuentra en la preocupación por el más desfavorecido -que no significa filantropía- como el equivalente de la búsqueda de reconocimiento en el plano de la solicitud y de las relaciones de reciprocidad.

Así como todo acto lingüístico necesita del sistema de la lengua, por la misma razón se hace presente en la relación entre las dos libertades se presupone el papel de lo institucional o sistémico. Es aquí donde entra finalmente en escena el tercer polo, el de la “*institución*” que representa lo neutro. Es decir, la “no persona”. Tengamos en cuenta que este descubrimiento no es un retroceso en el planteamiento ético. Así lo expresa el mismo autor:

*«El proyecto de libertad de cada uno de nosotros surgen en medio de una situación que ya está éticamente marcada, y han tenido lugar elecciones, preferencias y valoraciones que han cristalizado en valores que cada uno encuentra al despertar a la vida consciente. Toda nueva praxis se inserta en una praxis colectiva marcada por las sedimentaciones de obras anteriores depositadas por la acción de nuestros predecesores»*¹⁸⁰.

En efecto, el esfuerzo por existir, surgido del deseo de ser y expresado en la tarea ética, va concatenado al proyecto de libertad de cada cual. ¿Por qué razón? Porque se da necesariamente en un ámbito marcado por las elecciones y por las preferencias de los que nos precedieron. Estas preferencias se han aclarado en reglas y valores que condicionan nuestro proyecto y sus formas de efectuación, a la vez que aportan el punto de apoyo que lo posibilita. Estas sedimentaciones representan a la institución que - como el lenguaje - es algo que recibimos y jamás iniciamos. Dice Ricoeur al respecto:

«En historia y en sociología nunca se asiste al comienzo de la regla; sólo se puede remontar de institución en institución. Todo comienzo, como en el Contrato Social de Rousseau, es una ficción literaria o filosófica, una suerte de “como si”[...] Más aún, esta ficción descansa sobre un círculo vicioso, a saber, que se supone que los hombres se ponen de acuerdo para poner una regla de común acuerdo. Esta paradoja es muy instructiva; significa que sólo podemos actuar a través de estructuras de interacciones

¹⁷⁹ «Las desigualdades sociales y económicas deben satisfacer dos condiciones: en primer lugar, deben estar vinculadas a puestos y cargos abiertos a todas las personas bajo condiciones de una justa igualdad de oportunidades; y en segundo lugar, tienen que ser concebidas para el máximo beneficio de los miembros menos favorecidos de la sociedad»: Rawls, J. (1993): *Political Liberalism*, Nueva York Columbia University Press, pp. 5-6.

¹⁸⁰ Ricoeur: *Educación y política*, p. 77.

que ya están ahí y que tienden a desplegar una historia propia, hecha de innovaciones, de inercias y de sedimentaciones»¹⁸¹.

De esta manera, el proyecto de libertad de cada cual y el mutuo reconocimiento entre las libertades es al mismo tiempo posibilitado y limitado por las instituciones que recibimos y podemos interiorizar, modificar, y rechazar, pero jamás iniciar a partir de cero. Así, la institución se convierte en el espacio humano en el que se encuentran los proyectos vitales de los sujetos. Es el lugar en el que se hallan referenciados los patrones de excelencia de las prácticas que conducen a la realización de la vida buena, en términos de MacIntyre.

Intuye Ricoeur el círculo que hay en toda referencia a un comienzo como el del contrato social. Habría que presuponer que los hombres se habían puesto de acuerdo para juzgar una norma. De ahí que entienda que toda innovación presuponga sedimentaciones anteriores, ya que nos preceden las estructuras, los sistemas y las instituciones. Por esta razón, la persona que nace en el presente no parte de cero. Es más, ese telón de fondo de lo que hemos llamado “lo neutro” o “el otro sin rostro” será el que nos acompañe durante toda la vida. Por tanto, dialogamos “tú” y “yo”, configurando un “nosotros”, pero sobre el fin de “ellos”. Concluye Ricoeur:

«Sólo una pequeña parte de las relaciones humanas puede ser personalizada; el resto (ellos) queda anónimo y se reduce a un juego de roles regulado (espero del cartero que traiga el correo, sin esperar que sea mi amigo)»¹⁸².

Configurado el círculo de la triada ética de “la pequeña ética” –“yo”, “tú y “otro sin rostro” (institución)-, Ricoeur reconoce que es posible partir desde el tercer polo para explicar la intencionalidad ética en términos proceso de socialización en que el individuo se abre a la reciprocidad. Pero advierte dos condiciones:

«Que, o se suprima el mismo derecho de partir del polo “yo” y del polo “tú” de la libertad; y que se incluya en la noción de regla social la posibilidad de interiorizar la regla»¹⁸³.

Para mostrar cómo el tercer polo (“otro sin rostro”) se va cargando de nuevas significaciones en las que aparecen los aspectos de obligación y mandato, analiza las nociones de *valor, imperativo y ley*.

¹⁸¹ Op. cit., p. 78.

¹⁸² Ricoeur: *Educación y política*, p. 78.

¹⁸³ Op. cit., p. 79.

Respecto al valor, Ricoeur destaca que es el correlato de unas preferencias por parte del “yo” que lo hacen deseable. En la valoración hay una referencia a la libertad en primera persona y una referencia a la evaluación por parte de la segunda persona, con lo cual lo valioso se eleva por encima del nivel de lo deseable para mí. Y, finalmente, además de la valoración personal y del reconocimiento interpersonal, aparece la exigencia, en tono neutro e impersonal, de referirse a una regla que nos precede. Así lo afirma cuando se refiere Ricoeur al valor de la justicia:

*«Si yo quiero que tu libertad sea, la justicia es el esquema de acciones a cumplir para que sea institucionalmente posible la comunicación, o mejor, la comunidad, incluso la comunidad de libertades [...]. Justicia quiere decir que tu libertad valga tanto como la mía»*¹⁸⁴.

Tanto la realización de mi libertad, como el que “yo” reconozca la del “otro”, es algo que se lleva a cabo en el marco de una situación que ni el “otro” ni “yo” comenzamos desde cero. Nos precede un orden instituido de lo valioso. Es por eso que el autor concibe la tarea de la educación como la inserción del proyecto de cada libertad personal y de la relación interpersonal de las libertades en el marco de una historia cultural común de los valores¹⁸⁵.

Obsérvese que desde el valor, Ricoeur analizará las de imperativo y ley por medio del término “interdicción”. Se da –afirma– una escisión entre lo apreciable del valor y lo deseable por parte de nuestros deseos que se desvían. En efecto, nos vemos escindidos entre lo preferible de un valor ya objetivado y lo deseable por parte de un deseo que tiende a encerrarse en su interés egoísta. Es justamente ahí donde surge el “deber” de la obligación moral y el optativo ético se convierte en imperativo. La falibilidad original hace que no coincidamos con nosotros mismos en nuestro deseo profundo. Por eso la mediación el polo “yo” y el polo “tú”, la cual está constituida por el polo “Él de la regla”, o el “él sin rostro”, aparece en forma de interdicción que *«marca la no coincidencia entre mi deseable y aquello que admito como preferible»*¹⁸⁶.

¹⁸⁴ Op. cit., p. 81.

¹⁸⁵ «Esta dialéctica de la socialización y del juicio moral privado hace del valor un mixto entre: la capacidad de preferencia y la evaluación llegada al requerimiento de la libertad, la capacidad de reconocimiento que me lleva a decir que tu voluntad vale tanto como la mía, y un orden social ya éticamente marcado [...]. Los valores son como los sedimentos depositados por las preferencias individuales y los reconocimientos mutuos. Estos sedimentos, a su vez, sirven de relevos objetivados entre nuevos procesos de evaluación de los que cada individuo es responsable»: Op. cit., p. 81.

¹⁸⁶ Op. cit., p. 82.

Esta privación cumple un papel positivo y benéfico, ya que ayuda a mantener la coherencia de la moral, pues somos animales de promesas con capacidad de contar de antemano consigo mismo al comprometerse. Sin embargo, somos también animales vulnerables capaces de traicionarse a sí mismo. De este modo, la interdicción nos ayuda a poner a salvo los valores frente a la arbitrariedad de cada uno, ya que al considerar al ser humano como “ser escindido” es de donde brota la percepción de la obligación por parte de una conciencia moral. Es decir, una voz que me habla desde dentro de mí para hacer la contra a esa parte de mí mismo que, a su vez, estaba haciendo la contra a lo mejor de mí mismo.

Y finalmente, al término de este recorrido -desde el valor optativo al imperativo de la obligación- encontramos la severidad de la ley. Efectivamente, si el imperativo me dice “no matarás”, la ley eleva a la universalización de lo anónimo e impersonal ese mandato: “no matar”. De este modo se subraya el idea de Kant al advertir la importancia a la exigencia de preguntarme si puedo querer que todo el mundo haga como yo y si se puede valer como ley positiva para todos el imperativo que percibo como obligación para mí. En efecto, hay que dejar que produzcan frutos lo mejor del formalismo moral cuando nos invita a examinar sobre la capacidad de universalización de nuestras máximas. Lo que habrá que evitar -según el autor- es que este punto de llegada se convierta en punto de partida. Necesitamos pasar por el imperativo, pero eso no es toda la ética. «Hay -sostiene el filósofo- *que reconstruir todos los intermediarios entre la libertad, que es punto de partida y la ley que es el punto de llegada*»¹⁸⁷.

Por tanto, la estructura triangular configurada por los tres polos de la “pequeña ética” representa el ámbito de la ética. Es lo que podría definirse en los siguientes términos como «*la intención de la “vida buena” con y para otros dentro de instituciones justas*»¹⁸⁸. Dicho ámbito se caracteriza por la ausencia de la obligación y de lo que es su fundamento: la ley. Ésta, sin embargo, está ya prefigurada por la institución, que de alguna manera representa las condiciones históricas del reconocimiento de las libertades.

Es necesario destacar que el ámbito de la intención ética está siempre marcada por una cierta distancia entre logro y proyecto. Así, el testimonio de la propia libertad es siempre incompleto si se lo compara con la aspiración que lo origina. El mutuo

¹⁸⁷ Op. cit., p. 85.

¹⁸⁸ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 176.

reconocimiento de las libertades no sólo es insuficiente, sino que a menudo es desplazado por un enfrentamiento que, incluso, puede culminar con la muerte. Suele producirse, por otra parte, el choque entre libertad e institución o regla, cuando esta última parece volverse contra nuestro propio deseo, produciéndose un fenómeno de escisión entre las preferencias ya objetivadas y el proyecto personal. Es lo que constituye el núcleo de la tragedia griega, que habíamos tomado como paradigma de la paradoja ética.

Debido a estos desajustes¹⁸⁹, que Ricoeur considera como representativos del misterio del mal en la historia humana, se hace imprescindible la presencia del deber. Es decir, la culminación de lo neutro en tanto regla convertida en extraña a mi proyecto de libertad y aún a mi intención de reconocimiento de la libertad del otro. «*Porque hay el mal, el objetivo de la “vida buena” debe asumir la prueba de la obligación moral*»¹⁹⁰.

Obsérvese cómo se hace necesario predicar el imperio de la ley frente a la inadecuación entre proyecto y efectuación. La ley representaría una exigencia de universalización. La ley aportaría un criterio para verificar la autenticidad del reconocimiento de la libertad del otro. Véase que esta forma de entender la ley es para Ricoeur de carácter procedimental. No obstante no aparecería como fundamento, puesto que éste residiría en el deseo de ser y en el esfuerzo por existir que nos constituyen. Éstos, por el hecho de ser los hombres seres parlantes, insertos en instituciones que los preceden y los posibilitan, implicaría la presencia del rostro del otro que nos interpela y exige ser reconocido (Emmanuel Lévinas). La ley se trata, pues, de un procedimiento. Tiende a medir la capacidad de universalización de nuestras máximas, pero -a diferencia de lo que sucede con (U) en la ética habermasiana- aparece como carente de todo fundamento ontológico y se enraizaría en el modo de ser del hombre en el mundo, marcado por la carencia y la interpelación.

Desde la perspectiva ricoeuriana podría decirse que en la ética del discurso hay una valoración del consenso como expresión de la justicia que se enraíza en la intención ética y, por consiguiente, en algo previo a (U)¹⁹¹. Para la ética discursiva la

¹⁸⁹ Nótese cómo el concepto griego de injusticia (*a-dikia*) que etimológicamente significa “desajuste”, coincide con este enfoque que Ricoeur, en tanto que la injusticia, que al principio del trabajo señalábamos como fenómeno desencadenante de la pregunta ética, surge en ese desajuste entre logro y proyecto. Tal vez este desarrollo sirva también para un Teología moral que ha de dar cuenta de conceptos tradicionales como el de pecado original.

¹⁹⁰ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 231.

¹⁹¹ Esa experiencia de la “in-dignación”.

universalidad es la cuestión clave en la que reside el *quehacer ético* del hombre porque desde su perspectiva fenomenológica y racionalista, eticidad es sinónimo de universalidad racional.

Sin embargo, para Ricoeur la universalidad provendría de un segundo momento. En este caso hablamos de la interpelación de un primer momento, el del proyecto vital del “otro”, que necesariamente tiene que convivir con el propio. Es la interpelación frente a la cual la intención ética y la ley -que busca regularla- no son sino respuestas perfectibles y jamás definitivas. Por eso hay una historia de la ética y de la moral cuyos avances y retrocesos narran la odisea de la libertad.

No obstante, la tarea ética no estaría completa si nos detuviéramos en este segundo estadio de la moralidad y representativo de la exigencia de universalidad. Para Ricoeur hay un tercer momento que surge cuando se trata de aplicar la ley a los casos concretos. La particularidad propia de éstos a menudo exige la excepción frente a la pretendida universalidad de aquella e impone el recurso a la intención de una vida buena para cumplir cabalmente con el respeto al otro, rompiendo lo menos posible con la norma¹⁹².

En esta forma, junto a los momentos ético y moral, aparecería el de lo prudencial. Es decir, el del buen deliberar que -a la luz de la intención de la vida buena- permitiría resolver las necesarias excepciones a la ley exigidas por el auténtico respeto a la singularidad constitutiva del yo y del tú reales¹⁹³.

Visto lo anterior reconocemos que podría suscitar cierto problema respecto a la relación entre la particularidad propia de las aportaciones de una cultura y la pretendida universalidad de ciertos valores y normas. Así, por ejemplo, la formulación de los derechos humanos es claramente un resultado de la evolución de la cultura occidental (sociedad postconvencional). ¿Habría que renunciar a su pretensión de universalidad en función del reconocimiento de la libertad del otro? En respuesta a ello plantea Ricoeur:

«Es preciso, a mi entender, rechazar esta deriva, y asumir la paradoja siguiente: por una parte, mantener la pretensión universal unida a ciertos valores en los que lo universal y lo histórico se entrecruzan, por otra parte ofrecer esta pretensión a la discusión, no a un nivel formal, sino al nivel de las convicciones insertas en formas de

¹⁹² La ausencia de este tercer momento es, precisamente, lo que desata la tragedia en la Antígona de Sófocles. Podríamos incluso hasta afirmar que la incapacidad de ésta y de Creonte para comprender la inevitable insuficiencia de la ley que cada uno de ellos respeta, puesto que la misma abstracción que le otorga universalidad le impide albergar la particularidad constitutiva de la persona y de su situación.

¹⁹³ Es lo que MacIntyre señala como la virtud del buen sentido de las tradiciones.

*vida concreta. De esta discusión nada puede resultar si cada parte involucrada no admite que otros universales en potencia están inmersos en culturas consideradas exóticas»*¹⁹⁴.

Sólo una historia por venir, a lo largo de la cual se haya dado la argumentación real entre las diversas culturas con relación a los contenidos de la vida buena, podrá definir cuáles de entre los valores y normas pretendidamente universales llegarán a ser reconocidos como tales por «*todas las personas afectadas*» (Habermas, Apel)¹⁹⁵.

En definitiva, para Ricoeur la ley moral, si bien desempeña una función, no es fundamento. Su función consiste en aportar el criterio que permita medir la universalidad de las máximas, pero la valoración de aquella proviene de la aspiración a la universalidad presente en la intención ética de una vida buena con y para otros dentro de instituciones justas. Podríamos afirmar, incluso que la ley tiende a verificar la fidelidad a la aspiración que nos constituye.

1.2.8.- Recapitulando el camino de la ética dialógica

Nuestra intención hasta el momento ha sido buscar una respuesta a la pregunta kantiana de “¿*Qué debo hacer?*” que ha presidido, desde el siglo XVII, toda la reflexión ética occidental. Pregunta que, curiosamente no ha sido respondida, en tanto sea tomada en su sentido estricto: ¿*Qué* contenido material tiene que tener una ética en un sentido universal? Ahora bien, a pesar de no haber obtenido respuestas aclaratorias y constitutivas, hemos trazado algunas aportaciones no menos fundamentales.

Podemos afirmar que hasta el momento, únicamente hemos obtenido respuesta cuando hemos tomado, al inicio del camino de la ética dialógica, con el “*cómo*” hacer las cosas, con un procedimiento por el que alcanzar una convivencia humana capaz de asegurar unos mínimos fundamentales y de resolver los conflictos que constantemente se plantean. Y un procedimiento universalista en su más profundo planteamiento.

No obstante, esbozábamos unos límites a la ética dialógica. Señalamos que por sí sola no abarcaba toda la realidad ética. En efecto, por su propio método y planteamiento, la ética dialógica no entraba en la gestación del hecho moral y en la formación del sujeto moral en tanto que sujeto personal. Para la ética dialógica el sujeto es un sujeto autónomo, dialógico y un interlocutor. Es un sujeto que es considerado con

¹⁹⁴ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 319-320.

¹⁹⁵ Para ello sería necesario profundizar en una hermenéutica de lo valorativo, para la cual lo visto hasta el momento sería de gran ayuda, aunque habremos de dejarlo para otro momento por evidentes motivos de espacio y de objeto de investigación.

pretensiones de validez universal para sus máximas. Sin embargo, este modelo poco puede decir sobre el hombre que teje esas máximas en el seno de su personalidad.

Este silencio respecto de la intencionalidad ética, aunque no invalida el planteamiento intersubjetivo de esta perspectiva, si venía a exigirnos una investigación respecto, no tanto de la gestación de los intereses vitales de los sujetos, como de su “carácter” ético. Es decir, se hacía preciso buscar el “*por qué*” se rige la acción humana respecto a unas máximas éticas. Sin entrar en consideraciones de precisión filosófica, en el fondo era necesario encontrar el *por qué* de un determinado “carácter” del que partía la ética dialógica.

Lo que en este apartado de la investigación se ha buscado, no obstante, no ha sido intentar encontrar una fundamentación de unos mínimos contenidos materiales. Tal vez sea una intuición que habría que confirmar en otro trabajo, aunque lo más honesto sea afirmar que nunca encontraríamos una fundamentación unívoca para tales. Por el contrario, nuestro estudio se ha centrado en la estructura de la eticidad humana y en explicar “*por qué*” el ser humano no puede ser sino ético.

Recordemos que hemos tomando como punto de partida la constatación, aunque sea meramente estadística, del obrar humano respecto de máximas (virtudes en términos de MacIntyre, si se nos permite esta “traducción”), como “*se han de respetar los acuerdos*” o “*se ha de ser veraz*”. Escudriñamos, de la mano del filósofo escocés, el rol que estas tenían en la acción ética para llegar a la conclusión de que lo que hacen es traducir al ámbito de la acción un horizonte de inteligibilidad y la cosmovisión del sujeto que actúa. Las virtudes sólo tienen sentido desde un *telos*. Es decir, desde un horizonte de sentido del que manan y al cual dan contenido práctico.

Desde esa argumentación nos situábamos en una nueva perspectiva. Hablar de horizonte de sentido nos colocaba en un análisis desde el significado, en una perspectiva hermenéutica y en una perspectiva que consistía en “*traducir*” ese horizonte de sentido en actos concretos. Con Ricoeur hemos querido reconstruir el puente derribado por Hume entre la descripción y la prescripción. Aquél que unía inteligibilidad del mundo, del hombre (del sí) con la praxis y con la acción.

Para Ricoeur este puente consiste en la *identidad narrativa* del sujeto que actúa. Efectivamente, si MacIntyre nos había señalado el camino para unir la orilla del describir con la orilla del prescribir -la recuperación del *telos* a través de la narración

biográfica-, con Ricoeur hemos construido dicho puente desde su análisis de la narración, del tiempo humano y de su semántica de la acción.

Las aporías de la adscripción (traducción lingüística de la falacia naturalista) sólo encuentran resolución desde el reconocimiento de una identidad del sujeto, desde un *idem* que de consistencia al *ipse* del acto concreto. La fecundidad del *idem*, capaz de albergar en su seno al *ipse* del acto concreto, radica en su carácter “poético”. Es decir, en su carácter trágico -en el sentido de trama- accesible únicamente desde la dimensión temporal. De ahí, que a ese *idem* -clave de bóveda de todo el edificio ético- accedamos, en último término, a través de la narración autobiográfica.

En efecto, la narración autobiográfica actúa como vínculo de unión entre el acto concreto (polo de la descripción) y el universo motivacional del sujeto actante (el horizonte de sentido), abriéndonos el acceso al significado que dicho acto tiene para el sujeto que lo ejecuta. Y viceversa. La narración autobiográfica, en definitiva, traduce el universo de sentido, el *telos*, en actos concretos. En otras palabras, sólo a través de la narración biográfica personal podemos acceder dialógicamente (en diálogo) al significado y sentido de los actos concretos tanto propios como ajenos. La pregunta ética no es “*qué has hecho*” sino “*por qué lo has hecho*”. Esta cuestión sólo se puede responder atendiendo a “*qué significado*” o “*qué sentido tiene lo que se ha hecho*”. Y a partir de ahí entrar en el diálogo, desde la “ilimitada tematicidad de intereses vitales”, eso sí, sólo accesibles desde la narración.

Aunque llegados a éste punto podríamos decir que hemos alcanzado una inteligibilidad de la acción humana (de la praxis), sin embargo debemos de reconocer que lo único que hemos hecho ha sido constituir al sujeto, o más bien, definir un *ítem* de inteligibilidad y de accesibilidad al sujeto que actúa. Por el contrario, nos queda aún por exponer no la inteligibilidad del otro, sino el respeto del otro. Y éste es el punto clave de la problemática ética.

En este punto, el pensamiento ricoeuriano proyecta toda su reflexión del sujeto agente y sobre el sujeto paciente a través de la “solicitud”. La “estima de sí” del *idem*, está marcada por “la calidad de mío”. La trama de la biografía sólo es posible mediante la propiedad distributiva que tiene el *sí* en tanto que calidad de *mío*, es decir, en tanto que “calidad de mío en cada caso”. Esta capacidad de distribución del *sí* en los distintos momentos y situaciones biográficas es la que nos permite abrir la “estima de sí” como “estima por otro” (activa y pasiva), en tanto que proyecta el *sí* en el espacio y el tiempo.

El “otro” es un *sí*, y por tanto el “otro” es estimable, porque “yo” soy estimable. Y “yo” soy estimable porque otro me puede estimar.

De este modo, la reciprocidad del *sí*, posibilitada por esta capacidad distributiva, se ve reflejada en las estructuras básicas del lenguaje y en el intercambio de los pronombres personales yo-tú, en las que el “tú” agente es un “yo paciente” y el “yo agente” es un “tú paciente”. Por tanto, el *sí* se percibe como un “otro entre los otros”. Este intercambio permite decir que no puedo estimarme a mí mismo sin estimar a “otro” como a mí mismo. De este modo, se convierten en equivalentes la estima del “otro como *sí* mismo” y la estima de “*sí* mismo como otro”¹⁹⁶.

Veíamos que este “*sí* mismo como otro” es lo que queda plasmado en la “institución”, siendo ésta la realización histórica del encuentro interpersonal. La institución es la realización histórica que abre a la tercera persona, que plasma la relación yo-tú en otro tercero, siempre posible y presente¹⁹⁷. La norma sólo tiene sentido desde este previo reconocimiento del “otro” dentro de la “institución”, en tanto que la norma es la realización histórica de esa relación del *sí* con el “otro”. De ahí, que -en palabras del propio Ricoeur- la tarea ética consista en «*la intención de la “vida buena” con y para otros dentro de instituciones justas*»¹⁹⁸.

Vemos cómo en este recorrido hemos podido partir de la experiencia intersubjetiva (ética dialógica) de lo deontológico, para retornar a ella, ahora pasando por la constitución del sujeto ético y de los intereses vitales del hombre que actúa. De ahí que este apartado se haya estructurado en torno al esquema clásico: “salida” y “retorno” (*exitus-reditus*), manifestándonos así la complementariedad de los dos enfoques éticos (deontológico y teleológico).

Sin embargo, un discurso racional sobre “*el hombre en tanto que actúa*” no puede hacerse de espaldas al mundo de los fines. Plantearlo así nos obligaría a asumir *a priori* un carácter ético que hoy en día es precisamente de lo que adolecen nuestras sociedades democráticas contemporáneas, ya que no son capaces de dar razón suficiente de los actos sin recurrir al significado que éstos tienen para el sujeto que los realiza. No obstante, tampoco se puede prescindir del momento deontológico, sin caer en el riesgo

¹⁹⁶ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 186-202.

¹⁹⁷ Para Apel esto se constata en que todo monólogo es un diálogo interiorizado con un interlocutor siempre presente y adscribible a todo ser capaz de elevar pretensiones de universalizar. La tercera persona es también la concreción genérica de una segunda persona.

¹⁹⁸ Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 176.

del solipsismo subjetivista. La eticidad contiene -en su propia estructura interna- lo que podríamos llamar, la *hetero-referencialidad*. El sujeto ético no puede constituirse sin la referencia al “otro”. Recordemos: el “otro” es la “cara B” del *sí* (el *alter-ego* que exige reconocimiento y diálogo).

Esta doble vertiente de la ética ha de ser reconocida en toda situación práctica. Es este reconocimiento de lo deontológico y lo teleológico (de “lo debido” y de “lo que tiene sentido”) donde adquiere su significado profundo en la virtud que Aristóteles colocó como eje articulador de su ética: *la phrónesis* (la prudencia).

Hemos de reconocer los imperativos éticos que nos asaltan en las diferentes situaciones vitales. Pero a su vez hemos de saber situarlos dentro de la historia personal del hombre en decisión. El *kairós*, ese tiempo eje en el que la decisión ética, se encarna, por un lado y más que nunca, en la liberalidad que permita hacer justicia a la situación y, por otro y a su vez, en el hombre que actúa y que necesita de ese carácter prudencial que hace que la ética, a fin de cuentas, tenga más de sabiduría práctica que de retórica.

1.3.- “La pequeña ética” de Ricoeur aplicada a la empresa

Si retomamos la fórmula ricoeuriana de los tres niveles (*estima de sí, solicitud e instituciones justas*) podríamos encontrar la fórmula de lo que hemos estado advirtiendo durante la reflexión expuesta sobre la ética empresarial. Recordemos que tanto el enfoque ontológico como ético que propone Ricoeur manifiestan una comprensión del sujeto y una fundamental manera de entender la importancia que le damos al trabajo para la salida de los individuos. Si nuestro autoconocimiento se manifiesta de manera indirecta, se da a partir de nuestros valores, de nuestras relaciones y de nuestras acciones. Por tanto, el trabajo, basándonos en nuestro objeto de estudio, lo podemos considerar como propio de nuestra subjetividad.

Tengamos en cuenta que aquellos empleados que pasan largo tiempo en sus puestos de trabajo son reconocidos justamente por el encargo que realizan. El trabajo es un pequeño espacio que se desea para uno mismo, de aquello que se anhela, de su proyecto de vida y que está notablemente relacionado con su realización personal. Por esta razón, es habitual descubrir que en nuestro lenguaje ordinario el sujeto se presente definiéndose a sí mismo como aquella profesión que realiza: “yo soy contable”, “yo soy profesora”, “yo soy obrero”, “yo soy secretaria”, “yo soy comercial”,... El trabajo nos constituye como parte importante de nuestra forma de ser ante el mundo que nos rodea.

Por esta razón, nada más coherente que fundamentar la ética empresarial a partir de esas bases de la máxima ricoeuriana: “*estima de sí, en solicitud dentro de instituciones justas*”.

1.3.1.- Ética empresarial como ética dialogal

El filósofo francés François Châtelet, en su texto “Una historia de la razón”, escribe el modo en que ha cambiado el papel que desempeña la filosofía en la actualidad. Según el autor, el impulso de la invención filosófica ya no existe, siendo su supervivencia su única forma de ser. Sostiene seguir aquella exhortación hursserliana de convertir el papel de los filósofos en simples “*funcionarios de la humanidad*”. La filosofía necesita así misma darse cuenta, al igual que lo hacen las demás disciplinas del saber, que su mayor preocupación está focalizada en los problemas reales y cotidianos de las personas¹⁹⁹. Desde este sentido comprendemos el papel de nuestro saber para la concepción de una Ética aplicada de la empresa.

La posible alternativa para una ética aplicada de la empresa es la que nos ha ofrecido Paul Ricoeur al considerar al sujeto humano concreto, vivo, sensible, reactivo, sufridor y animado por una subjetividad a la hora de construir una serie de relaciones en una institución. Partir desde la consideración de un sujeto concreto es evocar sus verdaderas necesidades psicológicas, físicas y sociales y, principalmente, los efectos que el trabajo produce en él -ya sea positivo como negativo- en la construcción de las subjetividades. Esta propuesta nos lleva hacia una reflexión de redefinición sobre el modelo tradicional de empresa de organizaciones privadas que se comprenden desde la idea de un sujeto abstracto, ideal e inanimado.

Entendemos que la puesta en escena de una ética aplicada tiene como objeto reivindicar y encontrar un esquema teórico que pueda valerse a las particularidades que se analizan²⁰⁰. Por consiguiente, la ética aplicada no busca el impulso de una ética general, sino que se especifica en los casos y situaciones concretas del día a día, considerando el *Sitz-im-leben* (“posición en la vida”, “lugar nativo”) del sujeto, sus especialidades y consecuencias prácticas para su vida.

Tengamos en cuenta que las crisis constantes en las que ha caído el capitalismo financiero desde su creación y los modelos de gestión tradicional están pidiendo a gritos

¹⁹⁹ Chatelet, F. (1992): *Una historia de la razón: conversaciones con Émile Noël*, Valencia, Pre-textos, pp. 187-201.

²⁰⁰ Cf. Cortina, A. (1993): *Ética aplicada y filosofía radical*, Madrid, Tecnos.

nuevas actitudes por parte de las empresas actuales para dar nuevas soluciones²⁰¹. Todas aquellas estrategias y resolución de problemas -propuestas desde las teorías y modelos tradicionales- ya no tienen vigencia alguna para *hacerse cargo* de las complejidades que habitan en este siglo XXI. Tres son las dificultades que afectan a la gestión de personal por parte de la empresa occidental en la actualidad. A Saber:

La *primera* es la creciente desmotivación y cierto miedo que siente el trabajador con su propio trabajo en detrimento de su estado de ánimo y aumento de *stress*, así como la feroz pérdida de empleo por el uso de su propia conciencia cuando debe de decidir entre dos cursos alternativos de acción. Según Steven Robbins, teórico estadounidense del comportamiento organizacional, este fenómeno de desmoralización se conoce como el fin de la lealtad de los trabajadores con las empresas. Sostiene que, desde esta situación, aquellos que pertenecen a la empresa ya no están dispuestos a comprometerse plenamente con los objetivos o valores que predica la organización²⁰².

La *segunda* dificultad que encontramos se descubre en la actitud que ha tomado la empresa en su adaptación al ambiente global y competitivo. Como consecuencia, ha nacido una permanente obsesión de cambio, de notable agilidad para no perder el tiempo, de publicitar su propia marca desde estrategias de marketing y liderazgo, y de operaciones de trabajo en equipo. Siendo así, el perfil que se sustenta -y se predica para el puesto de trabajo- es el de un sujeto profesional que sea cambiante. De este modo, las empresas no se preocupan tanto en buscar a profesionales ejecutivos, como era la defensa de Frederick Winslow Taylor, sino en demandar sujetos que sean creativos, innovadores, que pongan sobre la mesa nuevas soluciones y que, fundamentalmente, tengan incorporado la idea de compartir el conocimiento y el trabajo en equipo.

Y la *tercera* dificultad se relaciona con la misión y visión de las empresas, sus objetivos, su finalidad, su responsabilidad y valores éticos. Tengamos en cuenta que el nuevo trabajador tiene la intención de intervenir y ser copartícipe en la definición tanto

²⁰¹ Cf. Cohen, D. (2010): *Las prosperidades del mal: una introducción (inquieta) a la economía*, Madrid, Taurus, p. 23. Véase también una interesante puesta en escena, en: Aktouf, O. (2004): *La estrategia del avestruz: post-globalización, management y racionalidad económica*, Colombia, Universidad del Valle.

²⁰² El autor expresa una voz para el concepto lealtad, denominándolo: «insatisfacción expresada por la espera pasiva de las condiciones para mejorar». Véase, en: Robbins, S.P. – Judde, T.A. (2009): *Comportamiento organizacional*, México, Pearson Education, p. 87.

de la misión como de la visión de la empresa. En definitiva, quiere identificarse con los objetivos y valores de la organización²⁰³.

1.3.2.- La ética empresarial en la perspectiva de P. Ricoeur

En la perspectiva microrganizacional, necesitamos comprender la importancia, el significado y el valor que tiene el trabajo para los sujetos²⁰⁴. ¿Será que el trabajo racionalmente organizado, en las empresas contemporáneas, atiende únicamente a las necesidades *bio-psico-sociales* de los seres humanos? Una rápida contextualización histórica sobre el trabajo puede darnos una idea sobre la importancia que posee para la vida del ser humano. Con este sencillo esbozo llegaríamos así a una interesante propuesta de ética aplicada para la empresa que desarrollaremos más adelante.

Para empezar, debemos de tener en cuenta que trabajo desde siempre ha sido considerado, principalmente, o como una forma interior de actuar en el mundo, o como una acción injusta de actuar y ser en la realidad. Es curioso observar que el propio origen latino de la palabra “trabajo” derive etimológicamente de *Tripalium*²⁰⁵ (instrumento de tortura formado por tres palos para azotar a los esclavos en tiempos de la Roma Imperial). Para los romanos, el concepto “negocio” -comprendido como una modalidad de trabajo- era una negación ante el ocio²⁰⁶. Sabemos que el ocio era entendido por éstos como un símbolo de estatus social al igual que los griegos.

Por tomar un ejemplo, Aristóteles entendía que el trabajo estaba notablemente relacionado con el cuerpo, siendo una actividad exclusiva para los esclavos que proporcionaba satisfacción a las necesidades de la existencia de los hombres con la

²⁰³ Recordemos que los teóricos de la administración analizan estas tres dificultades desde los tres niveles o dimensiones de la organización, siendo así: (1) *la dimensión microorganizacional*, es decir un sistema de personas que incluye la motivación y la adaptación al trabajo desde una perspectiva del individuo. (2) *La dimensión mesoorganizacional*, como un sistema de grupos y de relaciones humanas, donde aporta en sí el liderazgo, los equipos y el clima de la instancia. (3) Y *la dimensión macroorganizacional*, que llega a entender a la organización como un todo. Es decir, una instancia que posee políticas de gestión, misión y visión, cultura y todos los valores éticos y códigos morales.

²⁰⁴ Véase un interesante estudio que intenta contribuir para una rediscusión de la relación entre significados y sentidos del trabajo. Se argumenta que estudios enfocados en estas temáticas algunas veces se detienen en la cuestión del significado como producción colectiva, y otras veces en el sentido como producción individual. Ambas dos presentan límites, se propone el reposicionamiento de las interacciones entre sentido y significado, en: Bendassolli, P. – Gondim, S. (2014): “Significados, sentidos e função psicológica do trabalho: Discutindo essa tríade conceitual e seus desafios metodológicos”, en: *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32 (1), pp. 131-147. Disponible, en: doi: dx.doi.org/10.12804/apl32.1.2014.09 [Conectad: 17 de noviembre de 2014].

²⁰⁵ Cf. Sanchis, E. (2011): *Trabajo y paro en la sociedad postindustrial*, Valencia, Tirant lo Blanch, p. 17.

²⁰⁶ La etimología del término trabajo, como en las lenguas clásicas y modernas, hace referencia a una actitud penosa y molesta, por la alusión al trabajo manual y dependiente que, de hecho, resulta alienante y fatigoso, tanto por la opacidad resistente de la materia cuanto por lo concerniente a las relaciones interhumanas, por lo general caracterizadas por una subordinación humillante.

ayuda de sus fuerzas corporales. Para el hombre libre, por el contrario, su única actividad debía estar centrada en la actividad contemplativa (es decir, el cultivo de su propio espíritu) y así ocuparse de los asuntos de la vida pública y política²⁰⁷.

A lo largo de toda la Edad Media²⁰⁸, desde esa comprensión aristotélica pero enfocada desde el libro bíblico del Génesis, el trabajo fue interpretado como una punición, penitencia, servidumbre o castigo. En este momento de la historia, el trabajo, de manera general, no ganó mayor aprecio, puesto que desde la perspectiva cristiana se estimaba una inclinación a *justificar* el trabajo, pero no como algo valioso.

Sólo con la llegada de la Modernidad nace una concepción muy diferente del trabajo, puesto que aparece como una actividad abstracta e indiferenciada. No hay actividades *libres* y *serviles*, pues todo es *trabajo*. De este modo, el sujeto se convierte en acreedor de la misma valoración.

En la literatura sobre el desarrollo del capitalismo encontramos dos explicaciones, ambas convincentes, de esta transformación de la actividad diferenciada del trabajo como algo neutro. Por un lado, Karl Marx que entiende que el cambio tiene lugar cuando se produce una notable predominación del mercado, convirtiéndose así el trabajo en un valor de cambio. Y por otro, Max Weber que -desde una perspectiva luterana- juzgaba que todas las profesiones merecían la misma consideración, independientemente de su modalidad y de sus efectos sociales. Lo decisivo para cada persona era el cumplimiento de sus propios deberes. Esto se ajustaba a la voluntad de Dios y a la manera de agradarle. De este modo, nace la ética del deber profesional y la influencia de la ética protestante de la definición de una vocación específica. De este modo, Weber eleva el trabajo a «*la más peculiar “ética social” del mundo civilizado capitalista, para la que tiene, en cierto modo, un significado constitutivo*»²⁰⁹.

²⁰⁷ Cf. Aristóteles (2007): *Política*, Libro I, Madrid, Austral. Aristóteles distinguía entre actividades libres y serviles y rechazaba estas últimas porque «*inutilizaban al cuerpo, al alma y a la inteligencia para el uso o la práctica de la virtud*»; comparaba el trabajo «*que se hace para otros*» al del esclavo y criticaba con energía la actividad *crematística* que «*sone todas las facultades al servicio de producir dinero*». Consideraba que la finalidad de la actividad tenía extrema importancia, pero dicho fin no se podía restringir a la *utilidad* de las actividades. Aristóteles entendía que las actividades son útiles (leer y escribir eran útil para la administración de la casa; el dibujo para evaluar el trabajo de los artesanos), pero las actividades, a su entender, no debían perseguir siempre la utilidad. «*Buscar en todo la utilidad es lo que menos se ajusta a las personas libres y magnánimas*». Era también preciso preguntarse, según él, en qué modo determinadas actividades contribuyen a la formación del carácter y del alma.

²⁰⁸ Véase algunos estudios de la interpretación del trabajo en la Edad Media, en: Goff, J. Le. (1990): *Time, work, and culture in the middle ages*, Chicago, University of Chicago Press.

²⁰⁹ Weber, M. (1998): *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Madrid, ISTMO, p. 111.

El comienzo de la Ilustración de las sociedades occidentales del momento, así como lo comprendió Max Weber, se asemejará al modo de producción capitalista. Su único objetivo será la maximización de los beneficios por medio de la explotación de la masa de trabajadores.

Desde esta perspectiva weberiana, y consiguientemente marxista, podemos comprender que el trabajo pasa a la actualidad como una de las principales -si no la más importante- fuente de identidad que encontramos en las sociedades occidentales. Véase que éste es el tema más preocupante por parte de los ciudadanos españoles: el aumento del paro y las malas prácticas corruptas en las que en muchas empresas han estado involucradas²¹⁰. De este modo, el trabajo forma parte de las actividades de transformación de la naturaleza y del hombre que se construye, por consiguiente, en sujeto humano e histórico²¹¹.

Por esta razón nos lazamos a defender una definición mucho más abierta desde una perspectiva filosófica sobre el trabajo desde lo que nos propone Paul Ricoeur sobre la ética aplicada a la gestión de personal. Lo que queremos aportar es la comprensión del trabajo como una forma de ser que comprende a un sujeto capaz que actúa en la realidad y se reconoce como autor de esa acción²¹². Desde esta perspectiva, el trabajo toma una forma de ser fundamental para la construcción de la identidad de los sujetos humanos. De ahí, que entendamos que la alienación o enajenación del trabajo sea una invalidez por parte del sujeto a reconocerse como el agente de la acción en detrimento al desarrollo de su propia psique y a la constitución de su misma subjetividad.

De manera general, los teóricos de la administración no tratan en sus estudios y análisis a un sujeto real, sino más bien desarrollan la comprensión de un sujeto abstracto, teórico e ideal. Del mismo modo, tampoco se preocupan por las consecuencias que pueden acarrear en la vida psicológica y física de la organización racional del trabajo.

²¹⁰ Véase los últimos resultados realizados por el CIS en España en el mes de noviembre de 2014. Disponible, en: <http://www.cis.es>. [Conectado: 2 de diciembre de 2014].

²¹¹ La propuesta de Frederick Taylor, de entender racionalmente al trabajo, no aporta nada al desarrollo de la personalidad del individuo, es decir, sostiene que el trabajo no es fuente de identidad. Cf. Taylor, F. W. (1973): *Principios de la administración científica*, Buenos aires, El Ateneo.

²¹² Cf. Ricoeur, P. (2004): *Caminos del reconocimiento*, Madrid, Trotta, p. 107: «[...] “yo puedo” concierne a la acción misma en el sentido limitado del término, que designa la capacidad de hacer que ocurran acontecimientos en el entorno físico y social del sujeto actuante. De este “hacer que ocurran”, el sujeto puede reconocerse la “causa” en una declaración de la forma fui yo quien lo hizo».

Frederick Taylor, en su famoso texto “Principios de la administración científica” de 1911, es uno de los primeros teóricos del siglo XX sobre la administración. Sostiene que los trabajadores tenían, por naturaleza, aversión al trabajo, y que si no fueran obligados o vigilados no se comprometían con los objetivos de la producción. Esta teoría, a pesar de haber sido criticada y modificada, aún se puede encontrar en muchas empresas que adoptan los sistemas de video vigilancia, controles de acceso a internet, puntos de registro de entrada y salida y organigrama de las tareas a desempeñar.

Desde esta forma de ética que nos ofrece el modelo taylorista establecemos una forma de gestión que guiará a los dirigentes de la empresa ante sus empleados. En la actualidad, la problemática radica en que el *ethos* se manifiesta en las empresas como una idea por la cual la organización piensa más en su rentabilidad lucrativa que en su preocupación por las personas que pertenecen a ella. Según Omar Aktouf, uno de los teóricos argelinos más influyentes de la Administración crítica y de la gestión de personal, entiende que las empresas contemporáneas son espacios de deshumanización. Lo que haría falta, a su entender, es una teoría del sujeto humano que sirva de guía orientativa para una posible construcción de la gestión de las organizaciones²¹³.

No obstante, para llegar a ello necesitaríamos, desde una comprensión de las especificidades del factor humano -así como lo denominan estos teóricos de la administración- y un entendimiento de la prioridad de la relación hombre-trabajo y hombre-empresa, sensibilizar a los directivos para que impulsen el efectivo y necesario desarrollo humano en sus empresas a partir de sus decisiones y políticas internas.

Es necesario comprender que la importancia que posee el trabajo para la contribución del sujeto es fundamental para la protección de la identidad, salud física, psíquica y social. La orientación ética que proponemos desde la idea que nos ofrece la filosofía ricoeuriana para la gestión de la empresa tiene como finalidad y orientación la sostenibilidad humana. Es decir, la preservación de la salud física-psíquica y social de

²¹³ Cf. Aktouf, O (2004): *La estrategia del avestruz: post-globalización, management y racionalidad económica*, Colombia Universidad del Valle. O véase también, en: González López, L. (2007), “Humanismo y gestión humana: una perspectiva de interpretación para el trabajo social aplicado al campo laboral”, en: *Revista Eleuthera*, 1 (enero-diciembre) p. 43: «Todas las teorías organizacionales han estado marcadas por una tendencia “humanista”, o al menos humanitaria. Aún aquellas que hoy se rechazan por racionalistas, funcionalistas, mecanicistas y reduccionistas presentan, así sea en poco grado, una mirada orientada al mejoramiento de las condiciones del ser humano en el mundo del trabajo. Si lo que hoy se critica y se renueva de ellas existió, no se debió a una intencionalidad contraria al ser humano, sino a que partieron de premisas falsas acerca de la naturaleza humana, que en su momento histórico se daban por ciertas».

los empleados de la organización, desde un ambiente que sea propicio, desde valores organizacionales éticos y reales, y desde tareas que sean humanamente significativas.

Taylor ha sido un ejemplo claro, al crear una antinomia entre “*el trabajo concepción*” de responsabilidad de los gerentes, y “*el trabajo de ejecución*” que repercute en la figura de los empleados. Esta segunda acepción del trabajo transforma al empleado en una máquina instrumentalizada que solo posee una función: ejecutar gestos programados y realizar un trabajo sin sentido y monótono. Son distintas las investigaciones que se han realizado desde la salud ocupacional. A este respecto, queremos destacar la aportación del profesor de psicología social Peter Warr que señala que el trabajo rutinario y sin sentido, el ambiente corporativo y las estrategias que se realizan en la gestión de personal son propensas a desarrollar enfermedades ocupacionales, osteomusculares o psicosomáticas entre las cuales está el *estrés crónico*²¹⁴.

Un interesante aspecto que entra en juego a partir de las conclusiones de Warr, desde el modelo taylorista, es que el trabajo así comprendido afectaría a la salud mental y al bienestar de los empleados justamente por ausentarles de la posibilidad de que no son ellos los que controlan su propio trabajo. De estas conclusiones, vienen a nosotros el eco de las palabras que ya Marx proponía cuando afirmaba que el trabajo alienado produce a un *no-sujeto*. Lo mismo podemos decir de la aportación de Dejours al considerar el trabajo como la habitación del cuerpo del trabajador. En otras palabras, la sustitución de la voluntad del sujeto bajo la voluntad del objeto (intereses de beneficio).

Tales consideraciones nos llevan a considerar la propuesta ricoeuriana del sujeto capaz. ¿Por qué razón? porque desde esta idea se planeta con notable audacia para la comprensión de un ser que es capaz de reconocerse como un alguien productor de significados, como punto central para la constitución de su identidad y, como trabajador en el desarrollo de su propio proyecto de vida.

Por tanto, desde Ricoeur observamos que el fundamento de la ética comienza justamente desde la voluntad de un sujeto que es capaz de escoger y decidir libremente para la búsqueda de una vida buena. Lo cierto, es que tal fundamentación procede de un

²¹⁴ Cf. Warr, P. (1990): “The measurement of well-being and other aspects of mental health”, en: *Journal of Occupational Psychology*, The British Psychological Society, p. 193: «Many studies have examined the impact of work and careers on job-related and non-job mental health. Nevertheless, there is still a shortage of instruments whose psychometric properties have been determined through data from large samples of employees of both genders and several occupational levels».

modelo teleológico-aristotélico de la virtud –expuesto por A. MacIntyre-, donde se pone énfasis en la formación de carácter o *ethos* virtuoso. Siendo así, será fácil acercarlo al universo de la empresa puesto que la ética empresarial comienza en el comportamiento y en la toma de decisiones de las personas que comprenden la propia organización, que corresponde a la dimensión microorganizacional.

Richard DeGeorge, en una Conferencia realizada en 2005, sostiene que sin la presencia de las personas la identidad de la empresa no puede hacer nada. De este modo, los valores y principios éticos de una empresa tendrán que depender inexorablemente de los valores y principios éticos de las personas que trabajan en ella (directivos, proveedores, accionistas, propietarios, clientes, empleados,...)²¹⁵.

Ante lo expuesto, la primera pregunta que se nos suscita es: ¿cuál es la verdadera importancia que da un directivo de empresa a las relaciones humanas que en ella se establecen? Tendríamos que comprender que el hombre se constituye así mismo como un ente que está abierto a su relación con el otro. Es decir, la respuesta a la pregunta no está vinculada a desarrollar el liderazgo y el trabajo en equipo, sino a reflexionar desde un marco ético *cómo* deben de ser esas relaciones. De este modo, se nos descubre al “otro” como un sujeto que tiene capacidad para reforzar las fronteras del “yo” respecto al mundo que le rodea y que le proporciona una inagotable seguridad de su identidad: “*el otro es el testigo de mi ser*”. El relato que el “otro” realiza sobre la historia del “yo” se manifiesta como un acto configurador de su propio relato y de su propia historia de vida. Como señala Ricoeur:

*«El arte narrativo confirma la primacía de la tercera persona en el conocimiento del hombre. El héroe es aquel del que se habla. Al respecto, la confesión y la autobiografía que deriva de esta última no tienen ningún privilegio exclusivo, ni ninguna prioridad en el orden de la derivación. Hemos aprendido muchísimo más sobre el hombre mediante lo que la poética alemana llama Er-Erzählung, relato en tercera persona»*²¹⁶.

De este modo, entendemos que la aportación de la ética dialógica nos sirve como modelo de relación humana a ser cultivado en las empresas. Adela Cortina, por otro

²¹⁵ Cf. DeGeorge, R. T. (2005): *A history of business ethics*. Disponible en: <http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html> [Conectado: 17 de noviembre de 2014]: «[...] el crecimiento del individuo en el trabajo, las virtudes propias de la vida empresarial y la integración de la ética en el trabajo con la ética de cada uno y las obligaciones éticas como miembro de una familia, una comunidad y una sociedad más grande y extensa. El énfasis en el desarrollo de la personalidad es particularmente importante para quienes aplican el enfoque aristotélico a la ética empresarial». (Traducción del investigador).

²¹⁶ Ricoeur, P. (1999): *Historia y narratividad*, Barcelona, Paidós, pp. 223-224.

lado, nos explica que la manera de actuar, tanto de los individuos y grupos dentro del espacio de las organizaciones, suscita la construcción del propio *ethos* organizacional. Desde luego, el *ethos* -desde la dimensión microorganizacional de la empresa- se encarna en los hábitos y en la cultura empresarial, en las relaciones humanas, en los estilos y formas de liderazgo, en las contrataciones y despidos, en las políticas salariales,... Es decir, en todas las formas y espacios donde se operan las políticas de gestión, que afectan directa o indirectamente en la salud ocupacional de los empleados o la calidad de vida de la instancia²¹⁷.

Pensemos que las organizaciones que se encarnan en la dimensión macroorganizacional (es decir, entidades institucionalizadas) necesitan ser armonizadas con sus prácticas diarias a partir de un *ethos* virtuoso para configurar un carácter que condicione todas sus acciones para un impacto directo de compromiso con la sociedad, el medio ambiente y en la Sociedad por medio de sus interlocutores válidos. Esta es la razón por la que es importante comprender los niveles y espacios en los que se involucran las tres dimensiones organizacionales (microorganizacional, mesorganizacional y macroorganizacional) para fundamentar una teoría de la ética empresarial, puesto que poseen un ineludible impacto en la motivación, la salud y la identidad de las personas que trabajan en la empresa. De ahí, que entren en juego estas dimensiones que abren la reflexión y nos ayudan a la aplicación de una ética empresarial.

De igual modo, la teoría ricoeuriana incluye justamente estos tres niveles en lo que hemos llamados *Petite Éthique*. Recordemos que la primera gran máxima ética de Ricoeur es la de «*vivre bien*» como espacio que abre caminos hacia la constitución de un “yo” orientado como reconocimiento de *sí mismo*, en su motivación y su proyecto de vida. Y usamos la expresión “proyecto de vida”, porque es uno de los términos más discutidos en la perspectiva profesional de la carrera.

Otros autores llaman a la actual generación de trabajadores (aquellos nacidos en los 80) como la “Generación Y”²¹⁸, que buscan sentido en el trabajo en claro contraste

²¹⁷ Cf. Cortina, A. (2004): “Las tres edades de la ética empresarial, en: *Construir confianza: Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta, p. 18: «En suma, cuando se pronuncia sobre este conjunto de dimensiones de la empresa, algunas de ellas ineludibles, que componen el carácter de la organización, es decir, su “ethos”, y que importa que estén a la altura de las circunstancias para cumplir con bien la misión de la empresa».

²¹⁸ *Generación Y*, también conocida como *Generación del Milenio* o *Millennials* es la cohorte demográfica que sigue a la *Generación X*. No existen fechas precisas sobre cuándo empiezan y termina

con la “Generación X”, que buscaba únicamente la supervivencia. En relación con la segunda máxima ricoeuriana, «*para y con los otros (solicitud)*», se refleja la importancia dada a las relaciones humanas dentro del contexto social y organizacional. Cada vez descubrimos empresas que buscan desarrollar el trabajo en equipo. Ello requiere de liderazgo, de negación de los conflictos, de una cultura empresarial y de una gestión dentro de un clima sano que respire a organizacional.

Y, finalmente, en «*instituciones justas*», que también se puede aplicar a la empresa, puesto que son importantes representantes de las instituciones sociales. Según nos advierte Ricoeur²¹⁹, las instituciones son responsables por la aplicación de la justicia, una vez que hacen de mediación entre los individuos y la sociedad. Recordemos que la institución es entendida como una estructura del *vivir-juntos* de una comunidad histórica (pueblo, nación, región, organización...) como estructura irreductible a las relaciones interpersonales y unidas a ellas en un sentido importante: «*el poder-en-común*» y no la «*dominación*»²²⁰. La idea de institución se caracteriza por costumbres comunes y no por reglas *co-accionantes*.

Sosteniendo la argumentación de autores de gran autoridad en el análisis sobre la reflexión de la ética de la empresa, entendemos que la principal tarea (misión) de las empresas -a partir de la teoría de los *stakeholders* y de la Responsabilidad Social Corporativa- es la de servir a la sociedad en un compromiso.

Las tres perspectivas de la organización, así como también las tres dimensiones de la ética ricoeuriana, no son simples subproductos. Son aspectos dialógicos de un fenómeno ético-ontológico, pues vivir en instituciones justas es imprescindible tanto para la ética como para la posesión de un proyecto de “vida buena”. Así, el sentimiento de injusticia referente a las políticas gerenciales de la empresa, o una crisis de los valores organizacionales, pueden afectar tanto a la motivación del trabajador, como a la frustración de no haber proyectado su vida como lo había hecho como promesa.

esta *Generación Y*. Se estima que va desde 1982-2004. Se considera que Douglas Coupland, escritor canadiense, fue quien popularizó este término en su obra de 1991 del mismo título: “*Generación X*”. La sucesora de esta generación se conoce como la Generación Y.

²¹⁹ Cf. Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 202-203.

²²⁰ «Una manera afortunada de subrayar la primacía ética del *vivir-juntos* sobre las restricciones vinculadas a los sistemas jurídicos y a la organización política es la de señalar, con Hanna Arendt, la distancia que separa el “*poder-en-común*” de la “*dominación*”»: Op. cit., p. 203.

1.4.- Conclusión

Por tanto, visto lo anterior y desde el camino que nos ha ofrecido Ricoeur podemos manifestar nuestra absoluta cercanía ante su planteamiento. Su itinerario filosófico nos ha ofrecido las claves para fundamentar una forma de ética empresarial coherente, humana, llena de sentido, actual y útil. ¿Cuáles serán esas claves que nos aporta la ética ricoeuriana? Veamos algunas que hemos considerado oportunas y que han venido en nuestra ayuda:

Primero, la ética hermenéutica de Ricoeur es una forma de filosofía que tiene que ver con la interpretación, del conflicto de interpretaciones. Es decir, es un modelo filosófico que intenta dar respuesta a las cuestiones de sentido (sentidos constituidos) del sujeto y sus semejantes.

Segundo, su ética de la identidad narrativa es un ejercicio, como toda su filosofía, que está abierta a que sea demostrada y realizada a partir de las claves del diálogo y de interdisciplinariedad, debido a la pluralidad en la que se encuentra. Para ello la ética ricoeuriana exige de ella misma a que esté abierta al diálogo interdisciplinar constante para estar a la altura de los problemas y saberes actuales. Su exigencia produce en ella una preocupación constante ante los problemas suscitados en sociedad con profunda madurez y reflexividad.

Tercero, la ética de Paul Ricoeur lleva a cabo una profunda y seria defensa del ser humano y de la persona. Esta defensa no se hace a espaldas de la situación actual en la que nos encontramos, ni mucho menos es una búsqueda solitaria por salvar la idea de subjetividad desde un punto de vista solipscista. Al contrario, es un modelo ético que necesita estar a la altura de su tiempo y su época y debe ponerse en relación y diálogo constante con los distintos saberes que le rodean. Recordemos que Ricoeur es un filósofo crítico ante cualquier tipo de pensamiento de dogmatismo positivista y naturalista de la razón.

Cuarto, su idea ética se plantea desde un horizonte de interculturalidad. La ética ricoeuriana es capaz de hablar sobre los universales en contexto y en situación. En esta clase de ética intercultural jugará un papel importante la experiencia de la traducción, con la idea asociada a ella de la hospitalidad lingüística y preámbulo de la idea de hospitalidad intercultural.

Quinto, Ricoeur nos ofrece un método concreto de aplicación y de práctica del juicio moral en situación. La ética puede sacar provecho de la aportación ricoeuriana ya

que en ella se combina de una forma equilibrada entre argumentación e interpretación, principios y contextos, universalidad y narración. Se trata de un método basado en la creatividad, la imaginación y la innovación de sentido, y no podía ser de otra forma si lo que busca es responder adecuadamente a aquello que se presentan (responsabilidad e imaginación). Por tanto, Ricoeur nos ofrece un modelo complejo y enriquecedor para las sociedades democráticas actuales en contexto de organización como el empresarial.

Sexto, la ética de Ricoeur supone una fundamentación del uso de la narración como método. Su ética hermenéutica es también una ética narrativa. Es decir, es un modelo ético que es capaz de estar atento ante lo particular, al contexto y a la propia vida en su intriga. De ahí que ofrezca elementos esenciales para fundamentar lo que se ha venido a llamar una “ética del cuidado”.

Creemos que desde la aportación ricoeuriana podremos contribuir para la discusión de plena actualidad respecto al tema de cómo construir empresas éticamente verdaderas y comprometidas con las personas, la sociedad y el medio ambiente. En definitiva, “organizaciones humanamente sostenibles”. Sin embargo, ¿cómo es una empresa basada en este modelo ético? ¿Cuáles son sus márgenes de actuación? ¿Desde qué claves se hacen presentes? ¿Cuáles son sus características fundamentales? Para responder a estas cuestiones trataremos de dar respuesta en el siguiente apartado.

II.- LA ESTRUCTURA DE LA ÉTICA EMPRESARIAL

El camino que hasta ahora hemos trazado se convertía en un movimiento hacia la pregunta por la ética “*corriente arriba*”, es decir de la moral de la obligación a la ética fundamental. Ahora que hemos abierto el sendero, desde la idea que nos ofrece el pensamiento ético de P. Ricoeur como estatuto epistemológico, nos disponemos a realizar el rumbo hacia la “*corriente abajo*” para entender la estructura que pensamos que posee la ética empresarial a partir de las claves que hemos visto. En efecto, en nuestro caso la pregunta por la ética fundamental nos lleva a descansar entre los dominios dispersos de la aplicación de la ética empresarial vislumbrando sus características fundamentales.

Veamos algunas caracterizaciones que nos llevarán a comprenderla de manera conjunta, ya *río abajo*, para descubrir qué clase de ética empresarial queremos componer a partir de las distintas propuestas que hemos encontrado en el camino de la investigación.

2.1.- El papel de la ética empresarial

Hemos mencionado en algún momento de la investigación que la ética posee, entre sus muchas funciones, la importante e interesante función de actuar con el papel de reguladora dentro de las sociedades democráticas actuales. Esto significa que nuestra idea de la ética empresarial forma parte de un modelo de empresa que apuesta por la subsidiariedad en la solución de los problemas éticos. De este modo, nuestra idea de la ética de la empresa tiene que ver con las estrategias empresariales como meta factual de la empresa. Es así como la ética del diálogo debe tener unas características propias y un papel específico. Veamos a partir de ahora algunas formas de entender la ética empresarial.

2.1.1.- La ética empresarial como espacio para el consenso

Un primer modo de entender la reflexión moral de la empresa podría estar justificado en la necesidad de comprender los distintos cursos de acción para llegar a decisiones fundadas dentro del universo de la empresa al amparo de una reflexión ética. Desde esta proposición, M. T. Brown, afirma:

«[...] para quien aunque pueda resultar extraño, el propósito de la ética no es que la gente sea más ética sino que sea capaz de tomar mejores decisiones»²²¹.

En su supuesto, esta clase de ética está focalizada en el universo de los cursos de acción desde la decisión. Por eso distingue entre (1) una *ética negativa*, que sería aquella que vela por las éticas de las prohibiciones, y (2) una *ética positiva*, que aconseja lo que debemos de hacer. De ahí que entienda, desde esta segunda distinción, que la ética de la empresa tenga que ser más propositiva, que prohibitiva. ¿En qué consistiría? En que la reflexión se vertebre en la ayuda a la toma de decisiones y no en hacer un catálogo de “prohibiciones manualísticas”.

«La ética es el proceso de decidir lo que debe de hacerse. Todas las decisiones podrían generar un código ético, pero en realidad la meta consiste en generar recursos para que las personas puedan tomar mejores decisiones»²²².

Según esta propuesta, sería importante poder contar con observaciones, propuestas, juicios de valor y supuestos que enfocarían la reflexión ética hacia un análisis que permita desarrollar una hoja de ruta para la toma de las mejores decisiones y justificaciones en acuerdos comunes. Para ello, necesitaría de (1) un proceso en la

²²¹ Cf. Brown, M.T. (1998): *La ética en la empresa. Estrategias para las decisiones*, Barcelona [Citado por, Cortina. A (1998): *Ética de la empresa*, Madrid, Trotta, p. 86].

²²² Ídem.

toma de decisiones, (2) un sistema de producción (estrategia) y (3) un mantenimiento y cultura. Respecto a esta última clave, Brown entiende que una organización es, por un lado, una comunidad moral donde su interacción y aquellas relaciones humanas que se ponen en juego posean una significación moral y, que en ellos, exista el ejercicio de la solidaridad. Y por otro lado, que la organización posea una cultura empresarial donde existan agentes morales, que:

- (1) consideran los cursos de acción alternativos,
- (2) eligen uno u otro y
- (3) justifican la decisión apelando a normas apropiadas de conducta.

Sobre la cuestión sobre la cultura empresarial tendremos un apartado dedicado a ello en el capítulo IV para encontrar ese contexto propicio para la RSC.

2.1.2.- La ética empresarial como lugar de encuentro

El economista francés Octave Gélímier entiende por ética de los negocios como aquella que se implica en las relaciones, tanto *externas* de la empresa o de los profesionales independientes (clientes, proveedores, poderes públicos,...), como *internas*, es decir aquellas personas de la empresa en las que está incluida los dirigentes y los empleados. ¿En qué consiste esta propuesta? En destacar los valores positivos que permitan la opción de elegir un modelo de cooperación frente al de conflicto. Para ello, considera que es necesaria la presencia y valoración de «*códigos de conducta*»²²³ para realizar juicios prácticos sobre situaciones concretas que se presentan, fundamentalmente en el bien obrar. Esto exige, tanto para el dirigente como para el empleado, que no sólo conozca las normas y tengan presentes los valores desde su racionamiento práctico, sino que tenga una buena personalidad. Es decir, valores que se corresponden con las virtudes.

Si este modo ético se pudiera tomar partido en la ética de los negocios, el objetivo sería alcanzar buenas prácticas profesionales, insistir en la sensibilidad moral, ayudar a realizar juicios sobre la conducta ética, e inducir y promover las virtudes morales.

2.1.3.- El ámbito de la ética empresarial

¿Cuál es el sentido para hablar de la ética de la empresa? Y, ¿cuál es el ámbito de la ética empresarial (o dimensión ética de la empresa)? Para responder a estas preguntas deberíamos, por un lado, comenzar por el estudio de la realidad misma de la

²²³ Cf. Gélímier, O. (1991): *Ética de los negocios*, Ciudad de México, CDN-Limusa, p. 56.

empresa; y por otro, identificar lo que existe de ético en ella. Por esa razón deberíamos pararnos en el papel que desempeñan los fines de la empresa y su rol en la sociedad.

Para empezar esta reflexión sobre los fines queremos partir de una conferencia de Milton Friedman para entender una forma de empresa:

«¿Qué significa decir que el ejecutivo de la empresa tiene “una responsabilidad social” en cuanto hombre de negocios? Si esa afirmación no es pura retórica, tal cosa significa que tiene que actuar de alguna manera que no corresponde a los intereses de sus patronos. Por ejemplo, que debe refrenar el aumento del precio del producto con el fin de contribuir al objetivo social de prevenir la inflación, aun cuando un incremento del precio favorecería los intereses de la empresa o de las exigidas por la ley, para contribuir al objetivo social de mejora del medio ambiente O que, a expensas de los beneficios de la empresa, debe contratar a desocupados sin oficio en vez de a trabajadores mejor cualificados, con la intención de contribuir al objetivo social de reducir la pobreza [...]. En un sistema de libertad de empresa y propiedad privada un ejecutivo es un empleado de los propietarios del negocio. Es directamente responsable ante sus patronos. Esa responsabilidad consiste en dirigir el negocio de acuerdo con los deseos de aquellos, que generalmente se reducirán a ganar tanto dinero como sea posible siempre que se respeten las reglas básicas de la sociedad, tanto las prescritas por la ley como por la costumbre moral»²²⁴.

Si observamos detenidamente el texto, entendemos que la preocupación ética de Friedman está centrada a que la responsabilidad del ejecutivo sea la dirección de la empresa desde la voluntad de sus patronos a dispensas de su único fin: «*maximización de beneficios*». De ahí que surjan dos preguntas: ¿debe ser de real importancia la voluntad de los propietarios de la empresa para que los beneficios sean maximizados?, o ¿es solo la voluntad del propietario del capital la que determina lo que debe ser la empresa? Respondamos a cada una de ellas desde diferentes perspectivas.

En *primer lugar*, la respuesta de Friedman («*los directivos y propietarios quieren siempre el máximo beneficio*») puede ser vista como simplista. Como aproximación a la forma de entender la empresa se descubre un modelo insuficiente de descripción de la actividad cotidiana.

Efectivamente, la empresa busca el beneficio económico. Pero si partimos de la fundamentación ética, descubrimos que lo importante no es tanto la búsqueda exclusiva

²²⁴ Friedman, M. (1970): “The social responsibility of businnes is to increase its profits”, *The New York Times Magazine*, 13 de septiembre, pp. 32-33.

por el bien del propietario, sino entender que el indicador más seguro para conseguir su productividad es en una relación abierta y comprometida con el *ente social*. Por tanto, ¿cómo debe ser esa búsqueda por el beneficio? En un horizonte a “*largo plazo*”, es decir en una maximización del beneficio desde su presencia en el mercado y su garantía de permanecer en el tiempo²²⁵. En definitiva, el propietario no sólo le debe importar únicamente el máximo beneficio -como objetivo exclusivo- sino que el beneficio rápido y eficaz no le sirve sino para la supervivencia de su presente inmediato.

En *segundo lugar*, ¿la empresa sólo debe estar al servicio de sus propietarios? Friedman sostiene que «*los ejecutivos solo han de responder ante los propietarios de la empresa*». ¿Significa que solo existe el propietario como grupo de interés? El autor plantea que la empresa pertenece al propietario. Obsérvese que esta proposición posee algunas dificultades, puesto que si la empresa es una unidad de producción, en ella un grupo de personas pasa a ser uso de medios. Es decir, como parte de la maquinaria financiada por el capital del propietario para la obtención y producción de bienes y servicios. Por tanto, la empresa no puede ser entendida unilateralmente como propiedad exclusiva del propietario, ya que los trabajadores aportan algo importante a la empresa.

Recordemos que el personal laboral es imprescindible para la organización puesto que sus vidas están condicionadas por la marcha de la empresa. Esta afirmación nos recuerda que la empresa no solo debe de estar sujeta a una concepción determinada, sino exigida a que los intereses de los individuos involucrados sean atendidos por el sector de Recursos Humanos. Y hemos usado el concepto de “interés” porque se busca:

- (1) un crecimiento económico para la retribución de producción de su trabajo y beneficiarse,
- (2) y que en el trabajo existan condiciones que puedan ser humanas y humanizantes.

Estos intereses exigen a que el ejecutivo (directivo) de la empresa armonice los intereses de cada parte.

Y en *tercer lugar*, la empresa se encuentra al servicio de la sociedad, como institución social. Lo justificamos desde varias razones:

1. Su actividad no se agota en sí misma, sino que se extiende en una relación de alteridad. Su relación es de reciprocidad en el bien que aporta y que es aportado

²²⁵ A saber: manteniéndose cómodamente, ganando cuota de mercado y actualizándose con la tecnología. Sus resultados serán el reflejo de actividad.

de los otros. Si así fuera, ¿cómo la entenderíamos? Como un nudo de vinculaciones (relación *gana-gana*) de cooperación voluntaria que busca la riqueza, no sólo para el directivo/propietario, sino para el personal, e indirectamente al conjunto de la sociedad.

2. La empresa es social por su propia naturaleza. Debe ser entendida en este marco social y de sus necesidades en un despliegue de relaciones. Para ello necesita ser legitimada como organización en la sociedad para servirse de la aceptación social.
3. La empresa se esmera en producir mejores condiciones de calidad y de precios para que sus productos respondan de modo cualitativo a las necesidades de los ciudadanos. De ahí, que podamos afirmar que el servicio que la empresa reporta a la sociedad sea muy valioso.
4. El destacado economista austriaco-estadounidense Joseph Schumpeter, destaca la importancia de la innovación para el desarrollo económico de una sociedad en un marco de un sistema competitivo. De ahí, que el beneficio sea el pago de la sociedad al empresario dinámico e innovador. En definitiva, hemos creado una ecuación donde *beneficio empresarial* y *servicio a la sociedad* quedan emparentados²²⁶.

De estas argumentaciones podríamos plantear así nuestro primer principio ético como regidor y patrón de las actividades sociales-empresariales: los intereses económicos privados, movidos por el juego del libre de la iniciativa empresarial, no pueden ser el criterio de la actividad económica. ¿Qué debe de hacer la sociedad? Organizarse de tal manera para que las finalidades sociales de la empresa queden garantizadas y no perjudicadas por las prestaciones lucrativas de capital. Por tanto, una empresa tiene el derecho de avanzar y crecer económicamente si lo hace en la búsqueda del bien de la sociedad (bien común) donde desarrolla su actividad.

²²⁶ Asumiendo la idea de Schumpeter afirmamos con él, que: «la atención no se acentúa tanto en la figura del empresario, sino en la totalidad de la empresa porque lo que es de justicia es el beneficio de la empresa: su prestación de bienes y servicios a la sociedad». Por tanto, desde una visión ética: «la rentabilidad que logra la empresa debe ser planteada como el pago que recibe de la sociedad por el servicio que presta: producir bienes intentando, hacerlo en mejores condiciones y distribuir renta al servicio de la sociedad»: Citado, en: Camacho, I. et ali (2013): *Ética y responsabilidad empresarial*, Bilbao, Desclée, pp. 31-33.

2.1.4.- Los fines de la ética empresarial

La dimensión ética de la empresa se descubre en ciertas funciones de gran importancia, a partir de unos fines intrínsecos: (1) la producción de bienes y servicios y (2) la distribución de la renta económica generada. ¿Por qué distribución? Usamos este término porque su rentabilidad debe estar focalizada hacia sus propietarios para su permanencia en el tiempo. Recordemos que la empresa es una instancia que no puede emanciparse de sus propios fines: “*búsqueda de un rendimiento económico, social y mediambiental*”. Para su efectución no debe de realizarse a cualquier precio²²⁷. Y si así fuera no podrían ser criterios válidos, puesto que:

- *primero*, se debe contar con la conciencia personal de los directivos y el personal de la empresa, donde debe existir una identificación con una serie de valores y principios;
- *segundo*, porque existe un compromiso ético coherente con las partes que entran en contacto;
- y *tercero*, porque se posee instrumentos legales para garantizar el respeto de unos principios éticos mínimos.

2.1.5.- La ética empresarial como ética de la administración

Existe una gran cuestión que se plantea y que es de gran ayuda para la reflexión sobre el universo de la ética de la empresa en el transcurso y desarrollo de esta investigación: “¿qué tipo de directivos hay que educar para qué tipo de organizaciones?”

Recordemos que la ética de la empresa es parte de la ética como: *primero*, parte de la reflexión filosófico-ética; *segundo*, quiere considerar como ética aplicada la acción moral de los directivos de organizaciones como sujetos morales con obligaciones sociales, que trascienden a sus funciones económicas. Y *tercero*, una fase clave para poseer una visión más directiva de Responsabilidad Social Corporativa a la hora de encarnar aquellos fines. Reconstruir estas tres piezas es proponerse la legitimidad de la organización. Para ello hace falta:

- comprender a la organización como un proceso organizativo,
- poner énfasis en los términos de la toma de decisión,

²²⁷ Por ejemplo, reducción del ciudadano a ente sumiso o consumidor o al trabajador como medio de producción.

- subrayar la interrelación de los distintos elementos que están presentes en el proceso de la organización
- y tener claros los fines, que son la clave para la practicidad en la toma de decisión.

Y volvemos a formular la pregunta: ¿qué tipo de directivos hay que educar para qué tipo de organizaciones? Habría justamente que volver a la educación-formación y al desarrollo moral como parte del desarrollo organizativo, donde su núcleo de atención se centre en el sector de la empresa de los recursos humanos.

2.1.6.- Las claves de la ética empresarial

Para poder ordenar lo anterior y seguir respondiendo a la pregunta que nos persigue (“¿qué tipo de personas, para qué tipo de directivos?”), antes debemos de contar con las siguientes claves que nos propone la misma ética de la empresa²²⁸:

1. La empresa es un sistema de valores con potenciales que han de aflorar por medio de una cultura cooperativa.
2. Las instituciones han de reflexionarse desde sus finalidades y desde los valores que la identifican.
3. Lo ético es una exigencia de los sistemas abiertos. ¿Y por qué abiertos? Porque en los sistemas cerrados lo moral se identifica con la legitimidad. Desde sistemas abiertos (o *des-regulados*) comprenderíamos a un sujeto ético de la acción que necesitaría de la norma de comportamiento de la organización como una encarnación de los valores predicados por la institución. Esta exigencia nos llevaría a una comprensión real sobre la cultura empresarial.
4. Lo ético es rentable, porque:
 - a. reduce los costes de coordinación tanto externos como internos en la misma.
 - b. posibilita identificarse con la institución y motivará al empleado a un buen uso eficiente del trabajo.
5. La cultura de la empresa permite identificarla frente a los competidores.
6. Lo dicho anteriormente, requiere pues de una concepción del papel del directivo, como aquel que se identifica con la misma causa de la empresa y tiene capacidad para integrar hombres en ella.

²²⁸ Cf. García Echevaría, S. – Latham, Ch. (1992): *Management de los RRHH en la empresa*, Madrid Díaz de Santos. O véase también, en: García Echevaría, S. (1993): *La ética de las instituciones económicas y empresariales*, Madrid, IDOE.

Estas seis pistas componen lo que llamaremos “*cultura empresarial*” y que como ya hemos afirmado desarrollaremos ampliamente en el capítulo IV para contextualizar la RSC.

2.1.7.- La ética empresarial como forma concreta de ética cívica

¿Cuáles son las claves para entender lo ético en la ética de la empresa? Dos son las razones que nos llevan a desarrollar nuestra investigación. En primer lugar, la *empresa desmoralizada* es aquella que, dándole la espalda a su propio fin (producción de riqueza para satisfacer necesidades humanas), como entidad empresarial, no posee fundamentos para un proyecto en cooperación de emprendeduría. Esta clase de empresa desmoralizada o encriptada en una especie de moralina no toma en consideración la calidad de sus productos como el valor más alto de su propia misión-visión. Por ello, descuidará de la naturaleza misma de la empresa como grupo humano (y al servicio de éstos) y potenciará sus vínculos de relación (internos-externos) desde un punto de vista instrumental. Por el contrario, una *empresa moralizada* (“alta de moral”) es aquella que posee fuerzas suficientes para “*hacerse cargo*” de los retos a lo que se enfrenta cada día. Su estructura cuenta con un serio y maduro proyecto compartido en el que forma parte: la producción de calidad, la generación de confianza y la comprensión de la realidad humana, no sólo como eficiente, sino comunicativa y cooperativa.

Y en segundo lugar, se necesita recurrir dentro del universo de la empresa de la “*razón instrumental*”. De ella se pueden generar: (1) recursos para la toma de decisiones correctas y (2) nos enseña a actuar.

Véase, que tanto, la primera como la segunda razón son insuficientes para una ética de la empresa puesto que se inscriben en un impacto del comunitarismo y porque necesita de un *marco deontológico-postconvencional*.

Por tanto, necesitamos que ese marco se inscriba en lo que llamaremos el “*Ideario comunitario*”. Desde ahí, podríamos descubrir un interesante contexto para orientar la acción económica de la empresa, en la medida en que,

- (a) sus miembros cobren *identidad* dentro de la instancia,
- (b) compartan el mismo *objeto común* a todos los implicados;
- (c) refuercen su sentido de *pertenencia* al mismo frente a la tentación del individualismo salvaje;
- (d) produzcan unas *virtudes básicas* y comunes para el alcance de sus fines;

(e) y compartan distributivamente entre sí funciones que atiendan a su mayor ideario: la excelencia.

Sin embargo, este *Ideario comunitario*, propio de las sociedades democrático-pluralistas de Occidente, no queda del todo satisfecha con la sola racionalidad prudencial o comunitaria. Cuenta con un marco deontológico-universalista donde ninguna actividad pueda renunciar sin adjuar de su moralidad y que viene caracterizada por un marco comunitario: los derechos humanos y el descubrimiento de que cada persona es un interlocutor válido. Éstas deberían ser los patrones que rijan una verdadera ética empresarial como forma concreta de ética cívica.

Y volviendo al inicio de este apartado, ¿qué entenderíamos por ética empresarial? Recapitulemos lo dicho hasta ahora con esta definición de A. Cortina que puede albergar –a nuestro entender- gran parte de lo que hemos considerado hasta ahora:

*«Consistiría en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos por una sociedad pluralista (los propios de una ética cívica) al ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario, pero siempre empapado de postconvencionalismo»*²²⁹.

2.2.- Características de la ética empresarial

Hasta ahora nos hemos encargado de buscar líneas que apunten a encontrar un estatuto epistemológico válido para una forma de ética empresarial desde la máxima riqueriana: “*el deseo de una vida realizada –con y para los otros- en instituciones justas*”. Hemos buscado lugares por lo que “corriente abajo” nos han iluminado el camino para entender las claves fundamentales de una ética empresarial en relación a la toma de decisiones, su implicación en las relaciones externas e internas, en la precisión sobre los fines de la empresa y su armonización, la figura del directivo y su gestión, el contexto de una ética de las instituciones y su puesta en escena en medio de un escenario de ética cívica en un contexto postconvencional.

Nuestro camino sigue exponiendo algunas pistas más concretas sobre esta ética empresarial que deseamos plantear para encontrar en los siguientes capítulos fundamentos válidos para nuestra propuesta de investigación ante la Responsabilidad Social Corporativa.

²²⁹ Cortina: *Ética de la empresa*, p. 89.

2.2.1.- *Un modelo de ética de la empresa postconvencional*

Antes de señalar las características que se desprenden de una reflexión ética en el mundo de la empresa, tendríamos que señalar dos advertencias claves:

1. La actividad empresarial es una actividad humana con una finalidad social. De ella se desprende que sus actividades a tomar sean para el alcance de un fin definido: búsqueda de calidad, solidaridad, excelencia, competencia,... dentro de un marco social.
2. Tales actitudes se pueden configurar desde la base de una ética cívica en la cual los miembros externos (consumidores, competencia, proveedores, Administraciones Públicas, Medio ambiente, Sociedad en general,...) como internos (empleados-directivos) sean considerados “*interlocutores válidos*”.
3. El uso de un “*procedimentalismo universalista*” propio de una ética discursiva es clave para propiciar el principio del contexto social: “el soberano no puede promulgar más normas que las que todos pudieran querer”.

A partir de este marco de referencia y aplicándolo a la actividad empresarial se desprenden una serie de características que serán las que tomarán definición más clara sobre la ética de la empresa. A saber:

Primero: La responsabilidad la entendemos como responsabilidad por las consecuencias de las decisiones que se toman, pero no como ética de la convicción. Con ello queremos expresar que no intentamos optar por una recompensa pragmática y deontologista; sino volver a darle importancia a las consecuencias de las decisiones para aquella finalidad por la que da sentido la existencia de la empresa: “*satisfacer necesidades humanas*”²³⁰ a partir de la prudencia.

Segundo: Teniendo en cuenta que la actividad empresarial posee una finalidad clara (servir a los consumidores, como los afectados a cuyo servicio se encuentra su actividad) que le da sentido y legitimidad, quedaría deslegitimada como aquella que se propone darle la espalda a esta meta.

Tercero: Aquellos que son miembros de la empresa (externos o internos) deben ser considerados “*interlocutores válidos*” donde adquieren calidad en el respeto a sus

²³⁰ Recuérdese que esta idea la intentamos perfilar en el apartado dedicado a las razones por la ética empresarial a partir de la investigación de M. Weber sobre la ética de la convicción y responsabilidad ética.

derechos bajo el amparo de una conciencia social moral. De ahí, el rechazo *a priori* de prácticas humillantes, desconsideradas o de servidumbre.

Cuarto: Aquellos que son miembros en la empresa han de cumplir con sus encargos. Es decir, deben responder responsablemente de sus obligaciones y de sus corresponsabilidades sobre el mecanismo y acción de la empresa. De esta idea nace justamente la *cooperación* como respuesta al *conflicto* y la *corresponsabilidad* como mecanismo de defensa ante la apatía.

Cinco: La empresa ha de encarnarse en un *marco postconvencional* de justicia, no sólo desde una perspectiva legal; sino sobre todo moral.

Seis: Encontrar nuevos sostenimientos en un *marco postaylorista* es una exigencia de la conciencia moral de los tiempos en que vivimos.

Estas seis características propias de una ética de la empresa son exigencias que se plantean a su universo como nuevos retos por el que se es capaz de responder para el diseño de un modelo de empresa que sea apto en un contexto como el actual²³¹.

2.2.2.- La rentabilidad ética de la empresa

Volvemos a tomar en consideración, a partir de lo analizado hasta el momento, sobre la rentabilidad que la ética de la empresa puede revertir. Ya hemos dado algún pincelazo sobre esta cuestión a lo largo del trabajo, sin embargo vemos necesario el poder pararnos un poco sobre esta gran aportación.

Tomando en consideración el enfoque de nuestro “*río abajo*” desde la toma de decisión, la ética puede ser vista como heurística, reglamentaria, legalista, listado de criterios o razonamientos por los cuales se da autoridad para facilitar algunas alternativas poco deseables y focalizar la atención en alternativas más prometedoras. ¿Y qué queremos decir al afirmar “*alternativas más prometedoras*”? Resaltar que son impulsos que producen relaciones genuinas de cooperación entre todos los implicados sin necesidad de sacrificar los intereses legítimos en los que pivota la empresa.

Sin embargo, parece que aún no hemos respondido a la pregunta, ¿sigue siendo rentable? No nos cabe la menor duda. Su puesta en escena a *largo plazo* facilitaría a la misma la búsqueda de una mayor calidad cuando de ella se benefician todas las partes. Su calidad ética le daría a la empresa:

- (1) gran legitimidad social,
- (2) desaparecería cualquier conflicto de intereses y competitividad personal,

²³¹ Cortina: *Ética de la empresa*, pp. 89-90.

(3) y generaría los vínculos sociales adecuados por lo que revertiría para sí una custodia social ante la hostilidad de la opinión pública.

Por tanto, la rentabilidad ética intenta ofrecer a la empresa un compromiso social de cooperación que germina a partir de sus grupos de interés para que sus beneficios se alcancen en el tiempo. Sin embargo, habría que tener cuidado con esta afirmación puesto que el uso de la rentabilidad ética como calidad ética nos llevaría a dos sutiles trampas. Veamos cada una:

En *primer lugar*, desplazar al sujeto de la ética de la empresa a sus trabajadores, proveedores y clientes sería focalizar esa rentabilidad en ellos para el bien interno de la empresa. Es decir, se plantea una ética concentrada hacia su relación con los otros. ¿Qué sucedería si así fuera vista? Produciría un *paternalismo desleal* donde a la empresa (propietario/accionistas) no se le requiera ningún tipo de respuesta ética. Para ello haría falta que la relación sea igualitaria y universal para todas las partes.

¿Dónde habría que centrar la atención? En que la empresa debe, por un lado, *elegir* si actuar siempre y solo por conveniencia inmediata dándole a los demás ese derecho, a pesar de dañar la imagen de la empresa. Y, por otro, debe *actuar* siempre en la búsqueda por la cooperación y exigir lo mismo a sus contribuyentes.

Y en *segundo lugar* puede radicar en el modo de ocultar que la ética es rentable. Centrarse en la rentabilidad ética es caer en la cuenta de que ella misma tiene como tarea única el plantear un problema a las personas e instrumentos, porque los enfrena con valores que entran en el juego. ¿Conflicto de valores? Decimos muy bien, puesto que el *que-hacer* ético actúa siendo su mayor fuerza: “la elección de unos valores por otros”.

2.3.- Los valores de la ética empresarial

Hasta el momento nos hemos preocupado en perfilar claves que nos puedan ayudar a hacer un poco más concreta una clase de ética empresarial en nuestro movimiento *río abajo*. Veamos ahora algunos valores fundamentales que algunos expertos consideran propios de lo que han llamado modelo postaylorista²³². Veamos algunos pincelazos sobre las consideraciones propias de este modelo:

1. Enfatiza la iniciativa de cada uno de los interlocutores válidos.

²³² Recuérdese que el modelo taylorista es piramidal y autoritario.

2. Moviliza y gestiona la inteligencia y capacidad de cada uno para bien general.
3. Introduce y desarrolla las potencialidades de propuesta de los empleados en los grupos de interés, equipos de autónomos y círculos de calidad.
4. Coloca en el epicentro de la actividad ética el *principio de responsabilidad* y lo sustituye por el *principio de obediencia*.
5. Dinamiza y colorea todos los recursos de calidad creativa en todos los colaboradores, tanto exteriores como interiores.
6. Desarrolla la calidad de vida en el trabajo y en los trabajadores.

Señaladas las características y propuestas generales de este modelo habría que tener en cuenta que su clave del éxito económico no está, tanto en la explotación de la fuerza del trabajo, ni en la división mecánica de las tareas, sino en la programación de formación y en la trascendencia del papel que poseen los interlocutores en el destino colectivo. Sin embargo, nosotros intentamos proponer otra clase de modelo empresarial.

Nuestro modelo de ética empresarial, propio de sociedades postconvencionalistas en base al modelo posttaylorista, está focalizado hacia la *excelencia*. Posee una serie de ideales compartidos que buscan el cambio de mentalidad y motivan la modificación de la creación del individuo consigo mismo y con la organización. Produce asalariados y empleados creativos que sean capaces de adaptabilidad y comunicación en un ambiente sano, equilibrado, libre y responsable. Desde este marco que nos ofrece este modelo, lo que nos podríamos preguntar es: ¿cuáles serían las claves para esta nueva racionalidad *managerial* sobre la empresa? Veamos algunas que se desprenden²³³:

1. Autoridad de animación en vez de autoridad disciplinaria.
2. Enriquecimiento de responsabilidades, delegación de poder y desburocratización.
3. Actitud de escucha y diálogo.
4. Propuestas de medidas de redistribución de beneficios y políticas de formación permanente dirigidas al personal.
5. *Management* vinculado hacia la participación y la horizontalidad.

²³³ Cf. Cortina: *Ética de la empresa*, pp. 92-94.

¿Qué suponen estas claves para el desarrollo de la actividad empresarial? Estamos convencidos de que son más las propuestas positivas que aquellas a la que estamos acostumbrados. Este tipo de modelo fomenta -entre muchas-:

- (1) enriquecimiento y potencialización de la capacidad creativa;
- (2) comprensión de su propia finalidad (innovación),
- (3) y asimilación de que la generación de beneficios de capital es el medio, no el fin de la empresa.

Véase que de lo que vamos exponiendo nacen de una serie de *retos* a los cuales la empresa se enfrenta. Tales desafíos le invitan e incitan a asumir una forma ética de acción que está determinado en la creación de un estilo propio, puesto que «*sin ética no hay negocio*»²³⁴. ¿Cuáles serían estos retos?

1. *Responsabilidad por el futuro*. La necesidad de gestionar su actividad empresarial a largo plazo le invita a “hacerse cargo” de su propia realidad para mediar en una misma ecuación: *tiempo y beneficio*.
2. *Desarrollo de la capacidad comunicativa*. La empresa, como organización, posee un papel de relevancia social. Como consecuencia, ella misma entiende que necesita venderse comunicativamente en propuestas, acciones sociales, medios de comunicación, tecnología, propuestas de intervención social, colaboración con interlocutores externos, AAVV, Iglesia, Cámaras de comercio,... Para esta clase de capacidad comunicativa debe existir una legitimación social en el cumplimiento y respeto de normas morales para recibir la confianza y el afecto social de la opinión pública.
3. *Identificación de los individuos y sus firmas*. En respuesta al agresivo individualismo y su fracaso ante la realidad empresarial se hace necesaria la inserción de individuos que tengan pertenencia a grupos. De esta idea, se extrae que el papel de la empresa como organización sea de vital importancia para la generación interna de (a) sentido de pertenencia

²³⁴ «[...] cualquier negocio individual se colapsará si todos sus administradores, empleados y clientes piensan que es moralmente permisible robar, mentir o romper sus contratos con la compañía. Como ningún negocio puede existir sin ética alguna, la búsqueda de los negocios necesitan una sociedad estable donde realizar sus tratos»: Velásquez, M. G. (2006): *Ética en los negocios. Conceptos y casos*, México DF, Pearson Educación, p. 38.

social, (b) confianza social, y (c) satisfacción de necesidades en vistas a un largo plazo (futuro).

4. *Desarrollo de una “cultura empresarial”*. El hecho de compartir solidariamente creencias, ideas e ideales, suscita en los individuos un interés, no sólo por la *cosa moral* desde un punto de vista deontológico (por el deber), sino por la cosa moral en el *sentido de rentabilidad*. De este segundo interés, una moral así es económicamente beneficiosa porque una organización para su supervivencia debe tener a su disposición un serio planteamiento de creencias para las que justificar su política y acciones.

¿Hacia dónde nos quiere llevar esta propuesta de rentabilidad? La empresa ha de estar rodeada e injertada en una cultura empresarial como premisa indispensable para la confirmación de formas de vida que sean más opcionales, y menos obligatorias para quien tenga que el objetivo de sobrevivir en el mundo de la competitividad de los negocios.

5. *Personalización de la empresa y generación de un “capital-simpatía”*. Para crear la confianza necesaria en la opinión pública una opción podría ser por el *capital simpatía*. Y lo definimos así porque queremos entender que es un síntoma en relación con los consumidores donde éstos hacen preferencia de sus productos y no los de otras empresas. En un universo empresarial acostumbrado a la competencia desleal entre productos y empresas, surge uno de los mayores retos a los que se implanta la empresa: “exhibirse con una cultura propia donde lo que se potencia es su propia identidad con un perfil bien definido y serio”.

Pensemos que tener identidad propia como empresa, no solo es una cuestión de marca mediática, puesto que el logotipo no responde a la identidad. El parecer es un elemento para su carta de presentación en sociedad, pero no el único y el imprescindible. Tener identidad empresarial es convencer no desde la persuasión, la seducción o el encanto. Convencer es, por un lado, hacer ver que este colectivo es responsable y se propone atender a las necesidades del público de la forma más eficiente, seria y madura posible. Y, por otro, la empresa que convence que es aquella que comparte una serie de valores propios con la sociedad.

Por tanto, tener identidad es una carta de presentación y de éxito cuando una empresa lucha por su propia vida en el universo en el que le ha tocado existir dentro del marco de las guerras de competidores. De ahí, que no sólo le baste su propia publicidad o campaña de marketing para presentarse en sociedad.

Dentro del tejido social de una sociedad de la comunicación la moral empuja e incita a la *creatividad de los especialistas* de este sector. De ella, se puede lograr su diferenciación y personalización. Dentro de una empresa abierta, la ética forma parte del *management* de tercer tipo, erigiendo frente a la complejidad de los mercados no solo el principio de innovación permanente de productos, sino la innovación moral de la comunicación.

En definitiva, la empresa se enfrenta ante la opinión pública en uno de sus mayores retos: *la confianza*. La imagen de eficiencia, ha sido sustituida por la confianza entre la marca y el público.

III.- CONCLUSIÓN

Para recapitular este capítulo como puesta en escena de la ética empresarial y como marco de referencia en el que instaurar la Responsabilidad Social Corporativa, recogemos todo lo anterior estimando como necesaria la definición que a nuestro entender nos ha llevado la investigación presente.

Nuestra intención es comprender que la ética empresarial es una forma de la ética aplicada que tiene como objeto descubrir y aplicar aquellos valores y normas que son compartidos por todos los involucrados dentro del espacio de la empresa como modelo comunitario en un contexto de sociedad postconvencional.

De este modo, la ética empresarial se caracteriza justamente a partir de una coherente ética de la responsabilidad para responder, en medio de un espacio propicio, a sus miembros como interlocutores válidos (*stakeholders*). Tales interlocutores han de cumplir en ese espacio con las obligaciones y corresponsabilidades de los resultados por parte de las tomas de decisión, basados bajo un marco de cooperación y de justicia no legalista, sino moral. De este modo, el cambio cualitativo de un modelo taylorista a un modelo posttaylorista y el fomento de una cultura empresarial hacen que la ética de la empresa sea de obligada validez en medio de una situación de inestabilidad como la actual para encarnar en el día a día de la empresa lo que trabajaremos en el más tarde en

el capítulo sobre la Responsabilidad Social Corporativa partiendo de la ética dialógica ricoeuriana de “*estima de sí, en y para los otros en instituciones justas*”.

¿Hacia dónde nos pueden llevar estas aportaciones? Entre otras, a orientar la idea de ética empresarial hacia decisiones que lleven a políticas de gestión organizacional basadas en este modelo ético. Recordemos que en cierto modo nuestra preocupación radica en la manera en cómo cada una de las tres dimensiones de la organización impacta en los individuos, en sus proyectos de vivir bien, en sus relaciones para con los otros y en los otros, y en la propia virtud de la empresa como institución justa. Es decir, en su misión y en su *ethos*. Visto así, comprenderíamos que la ética de la empresa empieza justamente por los propios sujetos contemplados como *interlocutores válidos*, en sus proyectos y deseos de vivir bien, hasta llegar al deseo común, compartido por todos, de construir una institución, o empresa, verdaderamente justa.

Comprendidos los dos movimientos de la ética (*corriente arriba y corriente abajo*) nos queda por aclarar, antes de entrar de lleno en la RSC, un marco ético de la responsabilidad para que nuestra argumentación tenga solidez en el estudio y así comprender su validez en el discurso de los empresarios entrevistados que veremos en la segunda parte de nuestra investigación.

CAPÍTULO IV: “SOBRE LA RESPONSABILIDAD”

Hemos afirmado a lo largo de esta investigación que la empresa se construye en la definición de valores y preferencias éticas porque ella (por su propio poder) es responsable de sus actos en la sociedad en la que habita. Si dirigimos esta idea hacia la dimensión individual entenderíamos fácilmente que una persona con poder (poder narrar, poder decir, poder actuar) está llamada a reflexionar sobre la toma de decisión y sobre las consecuencias en el curso de su acción se despliegan. Del mismo modo podríamos reflexionar para el mundo empresarial. Pensemos que una empresa posee un gran poder e influencia sobre la vida de sus empleados, accionistas, sociedad, clientes y proveedores. Su poder es inmenso, puesto que tiene capacidad para establecer productos y servicios a los que tienen acceso. Definen no solo lo que se consume, sino cómo se debe consumir, así como las condiciones, acentos y recompensas por el trabajo realizado para ganarse la vida y los ritmos internos de la vida familiar de sus empleados.

Por tanto, la empresa tiene un poder que va más allá del ámbito *económico*, también influye en el marco *social, cultural, medioambiental y político*. En efecto, en el universo de los negocios, la empresa es aquella que decide sobre la inversión que garantizará unos beneficios, así como la localización de esas inversiones y los ritmos de la innovación tecnológica (*poder económico*). Su *poder social* determina los beneficios y salarios que estructuran la el tejido social de un país. Su *poder cultural* se manifiesta al propiciar el consumo del producto y marcar el ritmo del trabajo de los empleados y sus vidas familiares (o el papel de la mujer y la influencia de los padres sobre la educación sobre sus hijos). Y su *poder medioambiental* se traduce en el impacto del desgaste de los recursos naturales y en las malas prácticas que han llevado a verdaderos desastres naturales.

A partir de estos poderes la empresa no debería ser oscurecida por esta gran capacidad, si con ella sumamos su *poder político*, puesto que es capaz de comprometer las decisiones políticas²³⁵.

Por tanto, desde esta facultad de poder que posee la empresa, la responsabilidad es correlativa como complemento moral que se hace visible en cuanto punto de equilibrio o prudencia en el sentido aristotélico. ¿Por qué razón? “*Porque a mayor*

²³⁵ Cf. Camacho: *Ética y responsabilidad empresarial*, p. 70-72.

poder, mayor responsabilidad”. Esta reflexión sobre la responsabilidad nos hace pensar en el dato fundamental del poder y de la capacidad de la empresa para influenciar en la vida de las personas y la sociedad. En efecto, esta es la razón que nos moverá a lo largo de este capítulo. En la primera parte intentaremos reflexionar sobre el concepto de responsabilidad a partir un análisis gnoseológico. Observaremos sus dificultades y su origen etimológico. Nos adentraremos en su genealogía histórica e indagaremos en los resultados de lo que hoy conocemos como responsabilidad. En la segunda parte de este capítulo analizaremos los distintos aspectos en los que está involucrada la responsabilidad, es decir sus dimensiones, su sujeto, su objeto, así como las instancias a las que se responde. Nuestra idea sobre la responsabilidad caminará sobre un sendero complicado desde un punto de vista filosófico ya que hemos descubierto que es un término que se nos barrunta como polisémico y difícil de englobar. Sin embargo, la aportación de Paul Ricoeur nuevamente vendrá en nuestra ayuda.

Todo este recorrido nos servirá para entender que la Responsabilidad Social Corporativa es una iniciativa virtuosa de la misma empresa. En ello intentaremos dar algunas pistas sobre el papel que determina la responsabilidad en la empresa como sujeto moral. Queremos entender que en el universo de la misma puedan habitar términos como responsabilidad, deber, estima, diálogo, interpersonalidad, identidad o reciprocidad que pueden darse de la mano y ser pensadas de otro modo para entender a la empresa desde la excelencia y la virtud.

I.- ANÁLISIS GNOSEOLÓGICO DE LA RESPONSABILIDAD

Nuestra intención es descubrir el término responsabilidad desde una perspectiva gnoseológica. Sin embargo, la primera dificultad con la que nos encontramos es que su análisis se nos despliega polisémico y complejo. De ahí, que en este capítulo aspiremos a lo sumo a su arqueología conceptual. Efectivamente, para poder indagar por los caminos de la responsabilidad estamos llamados a tener que analizar profundamente sobre cuestiones tan elementales como su contenido específico, sus reglas y sus límites, así como el uso que se hace de ella tanto en el ámbito de la filosofía, del derecho, la moral y el lenguaje ordinario. Efectuar un análisis de sus diversos usos nos será útil puesto que nos dará cuenta del específico modo en que se comprende y nos permitirá desvelar sus presupuestos, elementos y funciones, fundamentalmente en el tema que nos ocupa sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Por tanto, esta primera parte del capítulo estará destinada a realizar un breve recorrido gnoseológico del concepto, sus dificultades, así como un esbozo histórico de su desarrollo.

1.1.- Las trayectorias de conceptuales de la responsabilidad

El término responsabilidad, si bien sigue usándose en la actualidad con frecuencia en nuestro lenguaje común, denota un valor cuya dimensión ética, en gran parte, ha perdido vigencia. Expresiones como “*eres irresponsable*”, “*debes eludir responsabilidades*”, “*yo no soy responsable de tus actos*”, “*eres responsable de lo que han hecho tus antepasados*”,... son actualmente fenómenos que causan actos corruptivos en muchas modalidades. Por esta razón, es oportuno que analicemos este concepto con el fin de comprender la importancia de su rescate como valor en beneficio de nuestra sociedad.

1.1.1.- La necesidad de interpretar las reglas del lenguaje

Pocas veces nos preguntamos acerca de aquellas palabras que usamos con frecuencia en nuestro lenguaje común. Efectivamente, ¿por qué usamos algunas palabras en contextos determinados?, ¿qué presupuestos son los que se presentan en el uso de esas palabras? Recordemos -junto con L. Wittgenstein- que el lenguaje acontece como una operación automática en la que nos desenvolvemos sin consciencia clara. Cuanto más involuntario sea nuestro aprendizaje sobre los términos, y más ordinario su uso, mayor dificultad tendremos para resolver y pronunciarlos acerca de su contenido²³⁶.

Sin embargo, nuestro lenguaje -en concreto, en el sentido al que apunta Wittgenstein: «*El significado de una palabra es su uso en el lenguaje*»²³⁷- manifiesta una forma concreta de entender el mundo, así como los fenómenos que nos rodean. Nuestras palabras revelan una intencionalidad, es decir un modo específico de relación con lo real y con los objetos que se sitúan en él²³⁸. Como argumenta en su texto “*Tractatus logio-philosophicus*”: «*Los límites de mi lenguaje significan los límites de mi mundo*»²³⁹. Dicho de otra manera, el lenguaje manifiesta el modo concreto en quienes se

²³⁶ Cf. Wittgenstein, L. (1989): *Los cuadernos azul y marrón*, Madrid, Editorial Tecnos, p. 54.

²³⁷ Wittgenstein, L. (2002): *Investigaciones filosóficas*, Barcelona, Editorial Crítica, p. 61.

²³⁸ Cf. Op. cit., p. 113. O véase también esta idea, en: Searle, J. (2001): *Mente, lenguaje y sociedad. La filosofía en el mundo real*, Madrid, Alianza Editorial, pp. 127-142.

²³⁹ Wittgenstein, L. (2002): *Tractatus logico-philosophicus*, Madrid, Tecnos, p. 234.

valen de él, los concibe, reaccionan frente a ellos y resuelven los conflictos que plantean.

«Quiero que recuerden ustedes que las palabras tienen los significados que nosotros les hemos dado; y nosotros les damos significados mediante explicaciones. Yo puedo haber dado una definición de una palabra y utilizar la palabra de acuerdo con ella, o quienes me enseñaron el uso de la palabra pueden haberme dado la explicación. Por explicación de una palabra podríamos entender también la explicación que estamos dispuestos a dar cuando se nos pregunte. Es decir, si estamos dispuestos a dar cualquier explicación; en la mayoría de los casos no lo estamos. En este sentido, pues, muchas palabras no tienen un significado estricto. Pero esto no es un defecto. Creer que lo es, sería como decir que la luz de la lámpara de mi mesa no es en modo alguno luz real porque no tiene un límite preciso»²⁴⁰.

Lo que nos interesa de este análisis que nos acompaña por parte del filósofo austriaco es mucho mayor cuando descubrimos que el lenguaje tiene que ver con gran parte de los hechos sociales y las realidades institucionales. Para el caso que nos ocupa, cuando usamos el concepto responsabilidad de manera generalizada y nos preguntamos sobre la posibilidad de su ocupación en una situación concreta estamos presuponiendo una serie de realidades concretas y de reglas conforme a la pregunta por la responsabilidad que nos resultan inteligibles y dotadas de sentido²⁴¹. El lenguaje cotidiano y los contextos en que ese término es usado así lo revelan²⁴².

Aplicando estas consideraciones al término de responsabilidad, debemos de preguntarnos: ¿qué se dice cuando se afirma que una persona es responsable de un determinado acto o resultado?, ¿cuáles son los presupuestos o las condiciones de tal afirmación? Para la búsqueda de esos criterios habría que mirar hacia el origen etimológico y a la evolución histórica del término en nuestro lenguaje actual para considerar el uso que se hace del mismo en sentido ético. El análisis de los supuestos en los que la responsabilidad está encuadrada -y aquellos en que ella se excluye- constituyen herramientas fundamentales para su definición y caracterización concreta²⁴³.

²⁴⁰ Wittgenstein: *Investigaciones filosóficas*, p. 56.

²⁴¹ Cf. Searle, J. (2001): *Mente, lenguaje y sociedad. La filosofía en el mundo real*, Madrid, Alianza Editorial, pp. 142- 143.

²⁴² Cf. Wittgenstein: *Investigaciones filosóficas*, pp. 113.133.

²⁴³ Cf. Lucas, J. (1993): *Responsibility*, Oxford, Clarendon Press, pp. 5-6.

Advertimos que este pequeño esfuerzo por determinar el contenido básico de la responsabilidad no es un deber por conceptualizarlo simple y llanamente. Nuestro objeto de estudio será más bien realizar un recorrido descriptivo de una realidad socialmente configurada con un fin claramente práctico y estratégico para el universo de la ética empresa.

1.1.2.- Las dificultades del uso de la responsabilidad

“Consumo responsable”, “participación responsable”, “ciudadanía responsable”, “política responsable”, “Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial” (RSC/RSE), “responsabilidad social tecnológica”,... son expresiones actuales por las cuales se puede observar cómo la responsabilidad ha tomado en nuestra sociedad democrática occidental una autoridad con un organismo aparentemente inequívoco, puesto que, considerando los diversos contextos en que es usada, es posible concluir que no existe para la misma un único contenido. De ahí, que nuestra primera pregunta sea: ¿qué hace que estas expresiones nos lleven a investigar sobre la responsabilidad? Que nuestra vuelta a la responsabilidad es una vuelta a la reflexión sobre la misma en la actualidad, no sólo como una cuestión propia del sistema jurídico, sino de todos los órdenes normativos, así como el social y el moral.

1.1.3.- Su origen etimológico

El origen etimológico de este concepto, así como el de sus equivalentes en idiomas de la misma raíz, procede de la expresión latina *respondere*. De ésta deriva primero el verbo en castellano “responder” y, tardíamente, sus relacionadas “responsables” y “responsabilidades”²⁴⁴. De ahí que su sentido se comprenda desde dos perspectivas:

- (1) Responsabilidad por el hecho de “contestar” (a alguien o a algo)
- (2) y responsabilidad como el de “estar obligado a cumplir” (algo) y, particularmente, a “reparar un daño causado”.

La expresión latina *respondere* alude a la promesa por la cual un sujeto se compromete con otro a una determinada prestación. Es decir, da cuenta de un contrato unilateral en razón del cual sólo resulta obligado quien promete. No obstante, adquiere valor en virtud de una pregunta a la que le sigue una determinada respuesta. Hagamos

²⁴⁴ Cf. Corominas, J. (1987): *Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana*, Madrid, Gredos, p. 1099.

un análisis del término primero desde una perspectiva filológica para, más tarde, hacer hincapié en su evolución histórica sobre el aspecto moral.

Para empezar tendríamos que preguntarnos qué nociones etimológicas se encierran tras el vocablo de responsabilidad. Por ahora, dejamos constancia de su notable incertidumbre cuando nos referimos de manera dual sobre la *responsabilidad contractual* y *responsabilidad extracontractual*. Es decir, nos referimos, por un lado a la responsabilidad objetiva, y por otro lado, a la responsabilidad por el hecho ajeno. Y no digamos menos cuando la responsabilidad se intenta distinguir de sus distintos ámbitos como puede ser el caso de la perspectiva jurídica, o las otras formas de responsabilidad como la política, la filosófica o la moral.

Eso es lo que podemos decir en primera instancia de la misma respecto a su conceptualización, pero ¿y si nos fijamos en sus causas? Llama la atención que la responsabilidad también tiene que ver con las causas de atribución a alguien sobre su condición de responsable en lo que se refiere a un accidente de tráfico, mientras que de otra persona decimos que es muy responsable en sus negocios y encomiendas, o un alumno es responsable en el aula porque está en silencio.

Efectivamente, nuestra aproximación a los conceptos “responder”, “responsable” y “responsabilidad” nos llevan de manera segura hacia un camino polisémico. Habría que tener en cuenta que cada persona, a pesar de poseer la capacidad de racionalidad práctica para entender la realidad de manera universal, tiene una forma distinta y singular de profundizar en el sentido de su responsabilidad. Es decir, esta arqueología gnoseológica nos lleva tanto al desarrollo de sus significados, como a la forma en que debe ser tratada cada una por separado. Efectivamente, no es lo mismo afirmar que “X responde del accidente de tráfico”, o que “X es el responsable del accidente de tráfico”, o que “la responsabilidad del accidente tráfico es de X”.

Para este trabajo de arqueología al que nos encomendamos tendríamos que empezar por distinguir los significados morales y jurídicos que en el concepto de responsabilidad habitan. Además, no pocas veces, lo importante es distinguir entre responder por un acto y responder de un resultado. De otro lado, y a veces como cuestión previa, se hace necesario delimitar qué criterio de imputación es el que lleva a responder. Añádase que también es habitual decir que existe una responsabilidad que entraña muchas veces la puesta en juego de juicios no siempre fáciles (por ejemplo, sobre la capacidad o sobre la ilicitud). Por si fuera poco, tanto la responsabilidad puede

producirse *ex ante* (antes de producirse el hecho, o antes de que un tercero resuelva sobre ella), pero también –y esto suele ser lo importante en el caso de la responsabilidad jurídica- *ex post*, esto es, por medio de una resolución (es decir, la solución y el desenlace) constitutiva de la verdad jurídica.

Desde el punto de vista jurídico, al observar la responsabilidad entendemos que es un concepto que nos abre tres límites conceptuales bien diferenciados²⁴⁵:

- (1) “*Al tener que responder*” del daño sufrido por otras personas. El resultado es que se es responsable al indemnizar dicho daño al perjudicado.
- (2) La responsabilidad relacionada con la “*deuda*”. En él se integra la posición pasiva de la relación obligatoria reflejando la idea de sumisión al poder de agresión del acreedor.
- (3) Y finalmente, el verbo “*responder*” se usa ocasionalmente como otra forma de decir que alguien está obligado a indemnizar daños y perjuicios siendo la forma habitual. Por ejemplo, cuando hablamos de responsabilidad directa o principal y de responsabilidad subsidiaria, o de responsabilidad solidaria y responsabilidad mancomunada.

Más allá de los infinitos caminos que nos ofrece el estudio por la responsabilidad, advertimos que el objetivo de este apartado -destinado a la aproximación gnoseológica de la responsabilidad- es la de buscar su origen. No obstante, indicamos que no existe un manual o tratado que dedique un estudio disciplinario sobre el concepto²⁴⁶. De este modo, el análisis que vamos a construir será una edificación conceptual a partir de los materiales bibliográficos que hemos encontrado en el camino.

En lo que se refiere al análisis semántico de la responsabilidad señalamos el trabajo realizado por Paul Ricoeur en su libro “*Lo justo*”²⁴⁷. La intención del filósofo es cuestionarse cuál es la razón por la que este término –siendo de constitución sólida en el plano de lo jurídico-, tenga un origen tan reciente y blando en lo que respecta a la tradición filosófica. Efectivamente, si echamos un vistazo a la perspectiva jurídica del concepto nos damos cuenta que su significado original se dirige al sentido de la

²⁴⁵ Cf. Pantaleón Prieto, F. (1996): *La responsabilidad civil de los auditores: extensión, limitación, prescripción*, Madrid, Civitas, p. 16.

²⁴⁶ Cf. Schipiani, S. (2000): “Apuntes sobre el origen del término responsabilidad”, en: *Revista de responsabilidad civil y seguros*, Año II, nº VI (noviembre-diciembre), Buenos Aires, pp. 145-162.

²⁴⁷ Cf. Ricoeur, P. (1997): *Lo justo*, Santiago de Chile, Editorial jurídica de Chile, pp. 39-68.

obligación. Es decir, la responsabilidad como obligación de reparar o de sufrir una pena. De este modo, el uso del adverbio “responsable” comprende una gran diversidad de acepciones (como empleos difusos) que para el caso de la responsabilidad se manifiesta como una obligación de hacer que trasciende el simple marco de la reparación y del castigo.

De modo casi parecido, y desde otro modo de filosofía, el autor Román Ingarden realiza una conclusión interesante para nuestra idea. Afirma así:

«Mas, si en ulteriores investigaciones se mostrara que estas cuestiones han de responderse de otra manera, se cerniría entonces el peligro de que se tuvieran que poner en cuestión los postulados universalmente aceptados del obrar responsable, del asumir la responsabilidad y del hecho de hacer responsable a alguien. Pero puede que el campo futuro de tales consideraciones mostrase que no son las soluciones de los problemas dadas aquí las que habrían que mejorar, sino solamente sus formulaciones lingüísticas, para que pueda fundamentarse mejor el que tenga sentido y el que sea posible la realización de la responsabilidad»²⁴⁸.

1.1.4.- Arqueología etimológica del término “responder”

Tomemos como punto de partida la forma que toma la RAE sobre la palabra *responder*. Procede del latín *respondere* y su primera acepción es la de «*contestar, satisfacer a lo que se pregunta o proponer*»²⁴⁹. Veamos sus distintas acepciones como lo indica el mismo diccionario:

2. tr. Dicho de una persona: Contestar a quien la llama o a quien toca a la puerta.
 3. tr. Contestar al billete o carta que se ha recibido.
 4. tr. Dicho de un animal: Corresponder con su voz a la de los otros de su especie o al reclamo artificial que la imita.
 5. tr. Satisfacer al argumento, duda, dificultad o demanda.
 6. tr. Cantar o recitar en correspondencia con lo que otra persona canta o recita.
 7. tr. Replicar a los requerimientos o afirmaciones de otra persona.
- MORF. En esta acepción conserva su perfecto fuerte originario, que coincide con el del verbo reponer. “*No podré ir a esa fiesta, repuso la invitada*”.
8. intr. Dicho del eco: Corresponder, repetir.
 9. intr. Corresponder (|| a los afectos, beneficios o agasajos).

²⁴⁸ Ingarden, R. (2002): *Sobre la responsabilidad*, Madrid, Editorial Española, p.102.

²⁴⁹ Diccionario de Real Academia Española (RAE). Disponible, en: <http://lema.rae.es/drae/?val=responder>. [Conectado: 14 de mayo de 2015].

10. intr. Rendir o fructificar. “*Este campo no responde*”.

11. intr. Reaccionar, acusar el efecto que se desea o pretende. “*El enfermo respondió al tratamiento*”.

12. intr. Corresponder con una acción a la realizada por otro. “*A la intimación que les hicimos, respondieron a tiros*”.

13. intr. Dicho de una cosa: Tener proporción, corresponder con otra.

14. intr. Replicar, ser respondón.

15. intr. Mirar, caer, estar situado en un lugar, edificio, etc., hacia una parte determinada.

16. intr. Dicho de una persona: Estar obligada u obligarse a la pena y resarcimiento correspondientes al daño causado o a la culpa cometida.

17. intr. Asegurar algo haciéndose responsable de ello. “*Respondo del buen comportamiento de mi recomendada*”.

18. intr. Abonar (l salir fiador de alguien). “*Respondo POR mis amigos*”.

Observando las distintas acepciones del término responder, es probable que tengamos que distinguirla entre “obligado” y “obligarse” (la persona). Recordemos que cuando la RAE se refiere a “*estar obligado*” alude a la cuestión por la cual la obligación viene impuesta por la ley. En otras palabras, es ajena e independiente a la voluntad del obligado.

Hagamos un recorrido por los diccionarios de los idiomas más distinguidos para tener a mano una aproximación gnoseológica de nuestro concepto.

Primero. Si echamos una mirada a los diccionarios franceses descubrimos que el término “responder” se toma como *répondre*. Este uso tiene una primera acepción: «*dar a conocer a cambio su pensamiento, su sentimiento (a aquel a quien se dirige la persona representada por el sujeto)*». Es decir, «*dar respuesta*». Observemos que la peculiaridad recae en un acción posterior cuando se encuentra, complementada con alguna proposición, sobre la idea de «*comprometerse en favor de alguien*» o «*ser responsable de*»²⁵⁰.

²⁵⁰ Cf. Dictionnaire de l'Académie française. Disponible, en: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k50410d/f635.image> [Conectado: 14 de mayo de 2015].

Segundo. Del mismo modo, pareciera que sucede lo mismo en la versión de los diccionarios italianos. *Rispondere di* es “responder por”. Es el equivalente a *essere garanti di* (“ser garante de”)²⁵¹.

Tercero. Sobre la misma cuestión se aplica en inglés cuando el verbo *to respond* es tanto *to answer* (“contestar a una preguntar”, por ejemplo), como *to be answerable*, que en cierto modo equivale a *to be responsible*. Por tanto, significa también “responder de algo”. Algún diccionario añade: *to render satisfaction*²⁵², a pesar de que el verbo *to respond* no se encuentra ni siquiera citado en los diccionarios jurídicos más autorizados en el mundo anglosajón. Este dato nos parece revelador, puesto que en el inglés jurídico la idea de estar obligado a reparar no es una forma gramatical sin relieve, a diferencia de lo que ocurre en castellano²⁵³.

Cuarto. Es interesante ver el contraste que existe entre los verbos responder y contestar, así como entre resarcir y reparar. Para hablar del posible origen de la eventual divergencia, parece que tengamos que ir hasta su origen latino (*respondere*). En esa búsqueda nos hemos dirigido a algunos diccionarios especializados en latín que nos muestran distintos criterios²⁵⁴. Veamos algunas de sus particularidades respecto a esta cuestión.

Para empezar citamos el famoso diccionario de “*Oxford Latin Dictionary*” (OLD)²⁵⁵. La primera acepción que se toma de *respondeo* es la de «*hablar en contestación a una pregunta o petición,...*». De ahí, que haga referencia a la palabra *sponsio*, que a su vez significa “promesa” (oral y solemne), “seguridad”, “garantía”, “compromiso oral y recíproco entre dos partes de pagar cierta suma”,...²⁵⁶ ¿Hacia dónde nos quiere llevar esta acepción de *respondeo*? Pareciera que el significado de “contestación” o “respuesta” de esta voz latina es previa al sentido que esa misma palabra tendría a efectos jurídicos. Sería como el equivalente al de “deber de reparar” como la forma habitual que usamos en el lenguaje ordinario.

²⁵¹ Cf. Noceti, M.V. (1995): *Diccionario bilingüe de terminología jurídica (italiano-español, español-italiano)*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, p. 280.

²⁵² Cf. Burrows, R. (1944): *Words and phrases judicially defined*, Vol. 4, London, Ed. Butterworth, p. 576.

²⁵³ Cf. de Ángel Yagüez, R. (2002): “Sobre las palabras «responder», «responsable» y «responsabilidad»”, en: *Estudios de Deusto*, 50 (enero-junio), Bilbao, pp. 16-17.

²⁵⁴ Cf. Schipiani: *Apuntes sobre el origen del término responsabilidad*, p. 150.

²⁵⁵ Cf. OLD (1968) Oxford, p.1633. Disponible, en: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/old>. [conectado: 15 de mayo de 2015].

²⁵⁶ Cf. Munguía, S. (2001): *Nuevo diccionario etimológico latín-español y de las voces derivadas*, Bilbao, Universidad de Deusto.

De este modo, sería interesante señalar que la voz latina *sponsio* proviene del griego Σπονδή (*spondē*). Con el uso del verbo griego *spendo* se subraya un sentido religioso como su original. Es decir, concluir un tratado, o una tregua, bajo la garantía de una prueba de los dioses. En formas compuestas, por ejemplo con el prefijo “*Epi-*”, representa la idea de “garantizar” o “comprometerse a dar”. En definitiva, *spendo* experimenta el tránsito de un sentido religioso a un sentido jurídico y político²⁵⁷. En latín añade *spondeo* como un derivado del griego *spendó* que se corresponde con el sentido jurídico de este último vocablo. Esto es, «*el de comprometerse solemnemente, hacerse garante de*».

En el OLD, la voz *respondeo* es análoga a la descrita en el *Vocabularium Iurisprudentiae Romanae*. Allí se le atribuye al vocablo un primer significado atribuido a la adición “*ad interrogationem*” que nos hace entender que el término se mueve alrededor del hecho de ser preguntado o ser interrogado.

En el diccionario del conocido presbítero y filólogo italiano del siglo XVIII Eugidio Forcellini²⁵⁸ se observa que aunque el significado etimológico de *respondeo* es el de “prometer” o “responde de”, también considera la acepción de “dar satisfacción a lo que se pregunta” o al que puede responder. Esto es, “contestar”.

En el diccionario de Lewis & Short²⁵⁹, la primera acepción del término latino es la de “prometer una cosa a cambio de algo” u “ofrecer a cambio”. Y como significado general, “contestar bien a una pregunta”, o “contestar bien una afirmación” o “contestar bien a un comentario”.

Del mismo modo, en el *Dictionnaire étymologique de la langue latine*²⁶⁰ se atribuye a la voz *spondeo* el significado de “contraer un compromiso solemne”. Por el contrario cuando se usa la forma compuesta de *respondeo* su significado se explica como “responder a un compromiso solamente contraído”. Téngase en cuenta que el uso que este diccionario hace sobre el término que tenga una clara referencia para el lenguaje religioso. Esta es la razón por la que se ha conservado en el participio *responsum*, quedando así como un término con mayor uso en el plano jurídico y teológico. Más

²⁵⁷ Cf. Chantraine, P. (1968): *Dictionnaire étymologique de la langue grecque. Histoire des mots*, París, p. 1036. Disponible, en: https://archive.org/stream/Dictionnaire-Etymologique-Grec/Chantraine-DictionnaireEtymologiqueGrec_djvu.txt [conectado: 15 de mayo de 2015].

²⁵⁸ Cf. Forcellini, A. (1871): *Totius Latinitatis Lexicon*, Vol. 5, Prati, pp. 206-208.

²⁵⁹ Cf. Lewis, C.T. – Short, C.: *A Latin dictionary*. Disponible, en: www.perseus.tufts.edu/lexica.html. [conectado: 15 de mayo de 2015].

²⁶⁰ Cf. Ernout, A. - Meillet, A. (1979): *Dictionnaire étymologique de la langue latine (Histoire des mots)*, París, Klincksieck, pp. 643-644.

tarde, al pasar al lenguaje común tomará el sentido general de “responder a una pregunta”.

Por otro lado, también se puede observar que en latín el verbo *responso,-are*, que inevitablemente forma parte del vocablo *responderé*, tiene como significado “responder, replicar” y al mismo tiempo “satisfacer a”.

Hasta ahora el sentido etimológico del término desde un plano jurídico. Sin embargo, ¿qué sucedería si echamos la mirada al sentido ético del mismo? La primera manifestación interesante nos viene dada por el diccionario enciclopédico de Teología Moral cuando observa lo siguiente:

«El estudio positivo de la definición de la responsabilidad ética tiene que partir del análisis del significado común que tiene este término. El contenido de este significado es primordialmente el de una respuesta dirigida a una “palabra” determinada: uno responde en cuanto que es interpelado, en cuanto que se le ha dirigido una palabra. Pues bien, esta palabra no es indiferente ni deja indiferente al destinatario: de suyo está exigiendo una “contrapalabra”, una respuesta. Por tanto, para el destinatario se trata de una llamada, de una interpelación, de una evocación que le pone en condiciones de ser responsable, o mejor dicho, de “poder responder”, de “ser responsable” (en el doble sentido: el que “puede” responder y el que “debe” responder)»²⁶¹.

Desde un punto de vista la misma idea está también expuesta por el filósofo polaco Roman Ingarden al referir la palabra *responder* como *contestación* (a algo o a alguien). Suscribe el autor:

«Mas, ¿Qué quiere decir que el agente es “responsable” de su acción y de su resultado? Significa, primero: que el agente es “culpable” de la realización de un estado de cosas de valor negativo y de la ejecución de una acción de consecuencias negativas, “nocivas”, “malas”: es decir, que éste, “manchado” él mismo por su mal paso, por su delito, carga con un disvalor, y, en el caso de que haya realizado un estado de cosas de valor positivo y efectuado así un acto “bueno”, adquiere un mérito y, con él, un valor positivo. Segundo: que, en la consecuencia de la acción ejecutada y de la realización de un valor o un disvalor, se da al agente la exigencia de eliminar los daños ocasionados o lo que es incorrecto respecto de la justicia y ofrecer una indemnización,

²⁶¹ Molinaro, A. (1986): “Responsabilidad”, en: Rossi, L. – Valsecchi, A., coor., *Diccionario Enciclopédico de Teología Moral*, Madrid, Ed. Paulinas, p. 942. Véase que en estudio del mismo concepto Molinaro se encarga de distinguir la determinación negativa de la responsabilidad ética, poniendo de manifiesto que no es la responsabilidad civil, ni la responsabilidad penal, ni la imputabilidad psicológica.

*así como de borrar el disvalor de un acto mediante el acto de valor positivo del arrepentimiento. Y, tercero: que esta exigencia del agente le impone la obligación de cumplirla. El hecho de que tal deber pese sólo sobre él es el reverso de que él sea responsable de su acto»*²⁶².

Tengamos en cuenta que aquella persona que responde (en ambas acepciones del verbo) hace frente a algo que, en el fondo, es la misma cosa: un problema (el que entraña la pregunta a la que se contesta), o una situación comprometida (la derivada del hecho por el que se responde).

Recordemos que el término *corresponder* usado por la RAE no tiene una acepción directamente relacionada con lo jurídico, puesto que la introduce con palabras con un aspecto más ético que jurídico. Efectivamente, introducir a filas la responsabilidad con la “corresponsabilidad” (responsabilidad compartida) y “corresponsable” (que comparte la responsabilidad con otros u otros) hace pensar en un forma figurada de correspondencia y de alteridad, entendida como un ejercicio de comunicación entre dos personas, o incluso hasta tres si nos valemos del pensamiento de P. Ricoeur: “yo”, “tú” y “la institución” (el “yo sin rostro”) que hemos expuesto en el capítulo anterior.

Si nos vamos a la lengua anglosajona, el vocablo responsabilidad estaría más cercano al término *accountability*, que sería sinónimo de *responsability*. De este modo, la palabra *accountability* es “la cualidad de ser *accountable*”. Hacemos notar que de este término se desprende la noción de “ser llamado a rendir cuentas de algo” o “contestar por responsabilidades y conducta” como un significado primordial en los diccionarios ingleses. Por tanto, para los anglosajones el significado de “dar cuenta de algo” es una forma de contestar, que a su vez es una de las dos acepciones del *respondeo* latino y del “responder castellano”²⁶³.

En la lengua inglesa podríamos señalar incluso que *liability* como el equivalente a *responsability*. Responde a la idea de “ser obligado”. Este adjetivo se define como “atado u obligado por la ley o la equidad”, o “de acuerdo con una regla o un convenio”. Es curioso observar que el concepto *liability* refleje la idea de “atadura” (*vinculum*) que está presente en el contexto jurídico y no jurídico de obligación.

²⁶² Ingarden: *Sobre la responsabilidad*, pp. 31-32.

²⁶³ Es notable como en castellano usemos el significado de “dar cuenta de alguien” en varios sentidos (ser a cargo de”, “ser a expensas de “). La definición que toma la RAE es la de “bajo su responsabilidad”.

Quinto. Lo mismo podríamos decir sobre el uso que hace la lengua alemana cuando el término *antworten* significa justamente “contestar”, “replicar”, o “responder”, al igual que “reponer”. En el caso del término *Verantworten* se ajusta a la idea de “responder de”. De ahí, que *Verantwortung* sea una de las acepciones que traducida al castellano se use como responsabilidad²⁶⁴. Es curioso observar que el prefijo alemán “Ver-” añade la idea de unión y correlación puesto que nos muestra la idea de responder positivamente. Esto es, “contestar de esa misma manera positiva”. Siendo así, *Verantworten* añadiría a *antworten* la acepción de “el que contesta”, “el que hace suyo” o “el que asume un deber”. Es decir, se hace cargo de tal deber. De ser así, podría llegarse fácilmente a la coincidencia con el verbo inglés *to account for* y, en definitiva, con el sustantivo *accountability* como sinónimo de *responsability*.

En alemán, aunque el término data del siglo XV, su uso comienza a tomar presencia en el siglo XVIII, generalizándose sólo en la segunda mitad del siglo XIX.

Sexto. Sobre esta misma idea en el alemán recae curiosamente en el euskera como un idioma que no tiene procedencia latina o indoeuropea. Para la lengua vascuense el término *erantzun* hace referencia al de “responder”, pero en el sentido de “tener una obligación” o “responder de algo o de alguien”. Etimológicamente hablando esta palabra deriva de los conceptos *entzun*, que significan “oír” o “escuchar”. Y el interfijo “-ra-“, con finalidad factitiva, tiene el significado que le es propio: “hacer oír”, “obligar a oír”, que por extensión adquiere el sentido mismo de “recriminar” o “reprender”, quedando definitivamente el concepto en euskera como *en-ra-tzun*. Por tanto, *enratzun* tendría tanto el significado de “contestar” como el de “responsabilizarse”²⁶⁵. Y lo mismo podríamos decirse del concepto vasco *ardura*, y su derivado verbal *arduratu*, que se traducen como “preocupación”, “diligencia” o “responsabilidad”. Véase que estos significados están relacionados con *erantzun* (responder) pero les falta el matiz de obligatoriedad o de exigibilidad que tiene *ardaratu*.

Por tanto, más allá de las trayectorias conceptuales del mismo tenemos que afirmar que el origen etimológico revela el lugar central que ocupa la noción de alteridad: “*un sujeto que se obliga y aquél ante quien debe responder*”. Así como los

²⁶⁴ Cf. Martínez Amador, E. M. (1981): *Diccionario alemán-español español alemán*, Barcelona, Hymssa.

²⁶⁵ Cf. Mitxelena, L. (1993): *Diccionario General Vasco-Orotariko Euskal Hiztegia*, Vol. 6, Bilbao, Real Academia de la Lengua Vasca, p. 772; Hiztegia, E. (1996): *Euskara-Gaztelania/Castellano-Vasco* Usurbil, pp.178-179. 576.

efectos vinculantes de la promesa y las consecuencias que deben ser soportadas por aquél que, habiendo sido interrogado, contesta. Es este último contenido el que se da a dicha expresión cuando es utilizada originariamente en el ámbito del derecho²⁶⁶.

1.2.- Genealogía de la responsabilidad

La expresión responsabilidad, tal y como la conocemos, surge en los idiomas europeos de origen latino a partir del siglo XVIII²⁶⁷. Aunque se trata de un término relativamente joven, no lo es el fenómeno social que la misma refleja. Esta es la motivación que nos ha llevado a realizar un breve bosquejo general sobre su evolución a lo largo del tiempo. Veamos su genealogía histórica.

1.2.1- El tránsito de la responsabilidad en la patrística

Para empezar tendríamos que remontarnos al contexto de la caída del Imperio romano y a la invasión de los bárbaros para entender cómo la experiencia jurídica no tenía aún importancia alguna en la cultura europea. Pensemos que los juristas eran simples personajes que no tenían un rol definido e importante, sino más bien ejecutaban un perfil auxiliar y subordinado.

Desde la caída del Imperio romano la literatura teológica cristiana comenzó a tomar bastante autoridad fuera del campo de lo jurídico. Su influencia fue decisiva para entender el contexto histórico, puesto que los Santos Padres tomaron el control del pensamiento con el objetivo de predicar una forma de responsabilidad relacionada con la obediencia a la ley moral divina. Como afirmaría el filósofo español Julián Marías:

*«Se llama patrística a la especulación de los Padres de la Iglesia, en los primeros siglos del cristianismo. El propósito de los cristianos no es intelectual ni teórico. San Juan o San Pablo, a pesar de la extraordinaria profundidad de sus escritos, no intentan hacer filosofía; otra cosa es que la filosofía tenga que ocuparse ineludiblemente de ellos. Pero poco a poco, de un modo creciente, los temas especulativos van adquiriendo lugar en el cristianismo. Sobre todo, por dos estímulos de índole polémica: las herejías y la reacción intelectual del paganismo. Las verdades religiosas se interpretan, se elaboran, se formulan en dogmas»*²⁶⁸.

Efectivamente, la Patrística a pesar de que su propósito no fuera filosófico, ayudó muy y mucho a hacer entender más tarde el término de responsabilidad vinculada

²⁶⁶ Ricoeur: *Lo justo*, p. 41.

²⁶⁷ Cf. Cruz, M. (2000): “Los filósofos y la responsabilidad moral”, en: *AFDUAM* 4, p. 16.

²⁶⁸ Marías, J. (1980): *Historia de la filosofía*, Madrid, Revista de Occidente, p. 103.

a la obediencia en textos de suma importancia como fueron “*Los Penitenciales*”²⁶⁹ y las “*Sumas de los Confesores*”²⁷⁰. Estas herramientas serán el caldo de cultivo de lo que más tarde tendrá lugar en el cristianismo medieval del monacato y, siglos más tarde, en la escolástica.

1.2.2.- La escolástica: Santo Tomás de Aquino

Con la llegada de Santo Tomás de Aquino la Teología Moral del siglo XIII toma un puesto primordial. Su pensamiento se expresa fundamentalmente en la famosa “Suma teológica”. En lo que respecta a su perspectiva moral se inscribe en el tema de *exitus y reditus* como temas esencialmente teológicos. Su punto de partida nace de Dios y la creación para la construcción de su moral. Efectivamente, las cosas creadas tienen su propia naturaleza propia, que no se definen únicamente por referencia Dios. Aquino valora la realidad de los seres creados y sobre todo de la naturaleza humana. Su moral consiste esencialmente en el retorno del hombre a Dios. Es decir, en la visión beatífica, sin necesidad de negar la felicidad imperfecta, que puede alcanzar en este mundo.

El logro de Santo Tomás fue usar tanto a Aristóteles como a sus predecesores para analizar, no sólo los actos humanos, los hábitos y las virtudes; sino también los pecados. El fundamento del hombre se encuentra en las reglas de su obrar moral como individuo, como miembro de una familia y como ciudadano de un Estado (en cuanto social) en su misma naturaleza racional. De este modo, las leyes humanas precisan los principios generales de la ley natural. Por medio del ingenio humano la razón está llamada también proporcionar los complementos útiles o también los suplementos de la naturaleza.

Santo Tomás articula su moral sobre las virtudes teologales (fe, esperanza y caridad) y sobre las virtudes cardinales (fortaleza, templanza y justicia), de las cuales la “prudencia” es la clave de bóveda, a pesar de que la mayor virtud sea la “caridad”. En palabras del aquinate, «*no hay ninguna virtud verdadera sin la caridad*»²⁷¹. De este modo sostiene que:

²⁶⁹ Técnicamente son catálogos vinculados a los confesores que enumeran las penitencias que hay que imponer (llamadas tarifas) por determinados pecados. Tales catálogos o manuales pastorales están relacionados con la introducción en la Iglesia de Occidente de la penitencia privada, que se desarrolló primero en los monasterios irlandeses y anglosajones para difundirse luego y de manera paulatina a través de los misioneros irlandeses y escoceses en el siglo VII por toda Europa. Los más antiguos se remontan a comienzos del siglo VI y desaparecen tardíamente en el siglo XII.

²⁷⁰ Como podría ser el caso de “*La suma moral para examen de curas y confesores*” escrito por Vicente Ferrer en 1771.

²⁷¹ Sto. Tomás de Aquino, *Summa .Theologica.*, II-II, q. 23, a. 7; I-II, q. 66, a. 1c.

«Se dice que la caridad es fin de las demás virtudes porque las dirige hacia su propio fin. Y puesto que una madre es la que concibe en sí misma al otro, en este sentido se llama a la caridad madre de las demás virtudes, ya que, por el apetito del fin último, concibe los actos de las otras virtudes imperándolos»²⁷².

Sin duda, quien lea la obra del aquinate observa que hace suyos numerosos elementos aristotélicos que los transforma, puesto que las virtudes están vivificadas por los dones del espíritu. En Tomás Aquino la moral encuentra la vía necesaria únicamente en Cristo, en la Iglesia y en los sacramentos, con los cuales el cristiano puede llegar a la felicidad de la vida eterna.

En la Edad Media, podemos afirmar que el primero que ha puesto en escena la centralidad del hombre es sin lugar a dudas Santo Tomás. Baste pensar en la lucha, por un lado, contra el *agustinismo exagerado* que fomentaron la escuela de San Anselmo y la escuela de la iluminación, y por otro, el *averroísmo*, que afirmaba la unidad del sujeto cognoscente y volente: el intelecto separado. Por el contrario, afirmando la consistencia de la inteligencia y de la voluntad libre personal de cada sujeto humano, Santo Tomás ha atribuido enérgicamente a cada hombre la plena responsabilidad de una relación propia, de una relación libre, con Dios.

1.2.3.- Duns Escoto y la navaja de Ockham: la nueva figura moral

La nueva figura teológica de moral que cambiará todo el panorama hasta ahora abordado viene constituida al comienzo del siglo XIV principalmente por la labor intelectual de Juan Duns Escoto y de Guillermo de Ockham. Estos autores - principalmente el segundo- determinarán la problemática suscitada por la mala interpretación de los comentarios a la *Suma Teológica* de Santo Tomás. Esta obra -hacia el siglo XVI e inicios del siglo XVII- encontró una nueva versión en la obra suareziana en el que se estructura una sistematización paradigmática en la visión manualística. Gracias a la gran difusión de la obra de Suárez en la universidad y en los centros eclesiásticos de estudio -sobre todo por parte de los jesuitas- este pensamiento determinó la orientación de la incipiente teología moral como disciplina autónoma.

Se converge el inicio de la separación entre la filosofía moral y la teología moral. Este hecho se encuentra en los orígenes de lo que más tarde serán dos versiones

²⁷² Op. cit., II-II, q. 23, a. 8. «La caridad, que es el amor de Dios, impera a todas las demás virtudes, y aunque sea una virtud específica atendiendo a su propio objeto, por el influjo de su imperio es común a todas las otras virtudes, por lo que se dice que es forma y madre de todas ellas»: Op. cit., *De Malo*, q. 8, a. 2c.

independientes y divergentes del pensamiento moral. La nueva adaptación de la filosofía moral secularizada, durante los siglos XVII y XVIII suplantó una filosofía moral de tipo aristotélico que dominará en los cursos de filosofía, llegando a alcanzar su culmen la expresión más influyente en la sistematización de Kant²⁷³.

a) Superación del tomismo por la condena de Esteban de Tempiere

Después de la muerte de Santo Tomás y de la edición de la “Suma Teológica” se inicia un conflictivo debate que evoca a una cierta desconstrucción de este pensamiento gracias al esfuerzo intelectual de los averroístas inspirados por un irracionalismo que les llevó a desprestigiar la razón dentro de la moral. Ante este esfuerzo de transformación, en contra del racionalismo práctico, comenzó un impulso decisivo en lo que conocemos como la condena de las 219 proposiciones (el 7 de marzo de 1277). Se realizó en el tercer aniversario de la muerte de Tomás de Aquino por parte del Obispo de París Esteban de Tempiere²⁷⁴.

El planteamiento averroísta, llamado también *aristotelismo-heterodoxo*, terminó siendo una interpretación lejana de la herencia tomista de una moral fundada en el razonamiento práctico sobre la vida buena.

Efectivamente, el camino que tomó la moral a partir de este momento fue influyente para el pensamiento moral de Duns Escoto y Guillermo de Ockham. La condena de aquellas proposiciones terminó por afirmar la firme anulación de la libertad de la persona y la soberana omnipotencia de Dios en las confrontaciones de la creación y de la radical contingencia de la criatura. Estas condenas sobre las proposiciones, de corte tomista en su más radical versión, afirmaban:

«La voluntad persigue firmemente lo que la razón cree firmemente, y no puede abstenerse de lo que la razón prescribe; sin embargo esta necesidad no es constricción, sino que es la naturaleza de la voluntad»²⁷⁵.

Otra circunstancia que podríamos añadir a la contribución del predominio del concepto de ley en el pensamiento moral sería aquella que tiene que ver con las cuestiones jurídicas de los siglos XIV-XVI que se fueron ajustando con urgencia e importancia. Los conflictos propios de la época incidieron en dar mayor consideración

²⁷³ Cf. Abbà, G. (1996): *Quale impostazione per la filosofia morale? Ricerche di filosofia morale-I*, Roma, LAS, p. 75.

²⁷⁴ Cf. Op. cit., pp. 75-76.

²⁷⁵ Op. cit., p. 76.

al papel de la decisión de la voluntad de los gobernantes en la constitución de la ley²⁷⁶. Los problemas jurídicos intervinieron no sólo en las facultades de derecho, sino en los maestros de teología, ya sea por razón de un recíproco contagio entre estas dos facultades (teología y derecho) o ya sea en razón de la prevalencia de los intereses prácticos en los mismos teólogos.

b) Juan Duns Escoto

Juan Duns Escoto es el primer teólogo que, en acatamiento a la condena de 1277, intenta elaborar una *teología que salvaguardase la libertad y potencia de Dios* en relación con la radical contingencia de las criaturas. De ahí la importancia que destaca a la Revelación en detrimento de la capacidad racional del hombre.

Su punto de partida se inicia en la interpretación singular de la diferencia que Aristóteles establece entre la potencia operativa natural (determinada *ad unum*) y de la razón, que de las indeterminaciones de la naturaleza y de los actos. La segunda está en la autodeterminación para actuar o no actuar, efectuar éste o aquél acto. La primera está determinada por *a natura*, y se aplicará a partir del intelecto. La segunda está determinada por *a voluntate*²⁷⁷.

En la línea del concepto sobre la afirmación de Dios como libertad absoluta, Escoto señala la obligación del hombre ante Dios, pues se funda en la voluntad divina de quien ha establecido una ley y no otra. La ley, por tanto, en palabras del teólogo sería «*non est recta nisi quia statuta*» (*Ordinatio* IV, d. 17)²⁷⁸.

El intelecto obra con necesidad natural, pero no así la voluntad, puesto que posee una fuerza guiadora y de autodeterminación²⁷⁹. Sin embargo, para Escoto el acto de la libertad implica el concurso de la inteligencia y la voluntad, aunque el primado reside en ésta última. Tras este objetivo, nuestro autor creyó conveniente el servirse del concepto de ley para explicar la distinción entre la potencia absoluta y la potencia ordenada de Dios. De ahí que plantee que la ley venía a asumir un papel central dentro

²⁷⁶ Cf. Op. cit., pp. 75-76.

²⁷⁷ Cf. Op. cit., p. 77. En otras palabras, Escoto quiere explicar la diferencia que existe entre la potencia absoluta y la potencia originaria de Dios haciendo un llamamiento al concepto de ley. La potencia absoluta de Dios se explicaría como la libre voluntad razonable (con capacidad de autodeterminación) de Dios anteriormente a los pronunciamientos de la ley, en cambio la potencia ordenada, como voluntad se atienen a la ley de la estabilidad.

²⁷⁸ Cf. Op. cit., pp. 75-79; Reale, G. - Antiseri, D. (1995): *Historia del pensamiento filosófico y científico, I. Antigüedad y Edad Media*, Barcelona, Herder, pp. 518-529; Duns Escoto, J. (1960): *Obras del Doctor sutil Juan Duns Escoto*, 2 vols, Madrid, BAC.

²⁷⁹ Esto no supone que se caiga en el puro arbitrio o que la voluntad ame lo que ignora: la luz del intelecto es necesaria pero no determinante. En otras palabras, para curar hay que conocer el fármaco adecuado, pero el acto de ingerirlo es libre.

de las relaciones entre Dios y el hombre. Como consecuencia, será la observación del acto moral del hombre como la derivación del acto que es considerado desde el punto de vista de la ley divina²⁸⁰.

El deseo de salvaguardar la absoluta trascendencia de Dios llevará en estos planteamientos extremos a olvidar que el Dios que actúa por amor, es el Dios «*Logos*»²⁸¹.

La oposición al aristotelismo averroísta, fruto de la condena de Tempiere, influye también en el planteamiento antropológico de Escoto y ello se contempla en una importante repercusión moral. Ante la primacía de la esencia universal afirma la primacía de la individualidad cambiando la teoría de la participación del individuo en naturalezas o esencias universales, considerándolo un planteamiento propio de Avicena y Averroes influidos por el platonismo que suponen que la verdad más profunda reside en el universal y la pregunta es cómo ésta se contiene en lo individual. El individuo no es el resultado de la individualización operada de la forma por la materia. La individuación (*haec est* visto como *haecceitas*) se explica porque Dios ha querido que los entes fuesen singulares en su individualidad, y no como naturalezas o cosas.

c) El nominalismo de Guillermo de Ockham

Las tesis escotistas influyeron de manera radical en la búsqueda de un planteamiento inédito y completamente distinto al de Sto. Tomás. Este nuevo camino se ve confirmado y radicalizado, y en gran parte modificado, por la obra de Guillermo de Ockham²⁸². A partir de ahora será el nominalismo la corriente que expenderá una nueva moral fundada en la ley.

El nominalismo es una corriente medieval que nace como respuesta a una teología de la ley y se presenta así una propuesta voluntarista que, tras sucesivos

²⁸⁰ Cf. Abbà: *Quale impostazione per la filosofia morale?*, pp. 77-78.

²⁸¹ Cf. Benedicto XVI, *Audiencia general* (7 de julio de 2010); Benedicto XVI *Discurso en la Universidad de Ratisbona* (12 de septiembre de 2006). En el planteamiento nominalista la fuente de su obligatoriedad es únicamente la voluntad legisladora de Dios. *La trasgresión de un precepto podría ser irracional pero no pecaminosa si así lo quiere Dios*. Según se afirma en la *Ordinatio*: “Puesto que Dios podía actuar de una manera diferente, podía haber establecido otras leyes que, si hubiesen sido promulgadas, habrían sido correctas, porque ninguna ley es tal si no es en la medida en que ha sido establecida por la voluntad aceptante de Dios”. *«Ideo sicut potest aliter agere, ita potest aliam legem rectam statuere, quae si statuta a Deo, recta esset, quia nulla lex est recta nisi quatenus a voluntate divina acceptante est statuta»*.

²⁸² Cf. Abbà: *Quale impostazione per la filosofia morale?*, p. 79.

desarrollos, llevó finalmente a afirmar que sólo conocemos a Dios por «*la voluntas ordinata*»²⁸³.

Con Guillermo de Ockham (1295-1350) se verifica un punto de ruptura entre la tradición moral precedente y el nuevo inicio de una moral. Escribe su “Comentario a las Sentencias” en Oxford hacia el 1317 para iniciar lo que llamará la “vía moderna”. Esta tendencia supondrá una auténtica revolución que se patentará en una serie de consecuencias que llegan hasta el día de hoy. Su insistencia franciscana sobre la voluntad le lleva a subrayar la libertad de indiferencia frente a la cual todos los objetos se ponen en el mismo plano²⁸⁴. Expongamos algunos elementos de su pensamiento que afectan directamente a la teología moral:

- (1) Supone una *reacción* ante la metodología tomista, impulsada por las condenas de Tempiere. Al igual que Escoto, y en correlación con la polémica suscitada por el obispo de París, intenta elaborar una *teología que salvaguardase la libertad y potencia de Dios* en relación con la radical contingencia de las criaturas. Afirmará así la absoluta libertad de Dios y su poder de hacer todo lo que no es contradictorio.
- (2) En el ámbito de la absoluta contingencia del mundo, afirma que lo cognoscible por el hombre sea el conocimiento intuitivo sin certezas metafísicas. Esto va a impregnar la teología de Duns Escoto, aunque para Ockham *la contingencia de la creación le corresponde la contingencia en el orden moral*.
- (3) Concepción del universo: primacía de la *res singularis*.

Efectivamente, el nominalismo explica cualquier ley por medio del principio de autoridad. De este modo, el mismo bien deja de tener un fundamento ontológico y pasa a ser expresión de la decisión de la voluntad del superior: «*bonum quia iussum*». El bien moral no tiene ahora relación alguna con la apetibilidad humana²⁸⁵, sino únicamente con el sometimiento a una voluntad ajena. El bien, al perder su fundamento ontológico, deja de tener un valor comunicativo que tiene su raíz en el misterio de la creación.

Consecuencia de lo anterior es que el nominalismo expone una conciencia moral que se comprende como el juicio que hace referencia a un acto concreto sobre un orden

²⁸³ Cf. Benedicto XVI, *Lección Académica: fe, razón y universidad*. Ratisbona, 12 de septiembre de 2006.

²⁸⁴ Cf. Flecha, J. R. (1999): *Teología moral fundamental*, Madrid, BAC, pp. 50-51.

²⁸⁵ Según la afirmación de: Aristóteles, *Ética a Nicómaco*, l. 1, c. 1 (1094a1-3): «*El bien es lo que todos apetecen*».

de prohibición divina, sin necesidad de prestar mayor atención a la referencia de las acciones humanas al fin de éste. Por tanto, el problema ya no es, ¿cuál es el valor último fundante de la moralidad?, sino ¿esta acción es lícita o es ilícita?²⁸⁶

¿Qué implicaciones destacará el nominalismo ante la verdad? Desaparecerá toda la realidad de los fines, se destaca más por su uso que por su finalidad, se proclamará un reduccionismo en la relación verdad-libertad y el papel de la conciencia tendrá un carácter más absoluto y fundamental.

¿Cuál es el origen de su moral? La ley, y solamente ella. Será una perspectiva de ley positiva-natural que derivará exclusivamente de Dios. En otras palabras, lo que Dios desea y quiere para el hombre es necesariamente bueno, pero podría cambiar de parecer y sería bueno aquello que pareciera lo contrario. Dios podría mandar incluso hasta lo intrínsecamente malo (aunque para Ockham el mal no existe en Dios). Por tanto, la libertad de Dios es una libertad absoluta que deriva de la obligación moral como centro único de su moralidad²⁸⁷.

Por tanto, así como la prudencia tomista influenció en la perspectiva de la virtud moral sobre la voluntad pasional, y por tanto, el juicio prudencial y libremente constituido y elegido por el agente en una visión de primera persona; para el nominalismo en el acto de la prudencia no influyen las virtudes morales. Al contrario, se observan como previos a los actos de la virtud moral. De ahí que en toda virtud moral exista una específica prudencia que le dicta el acto. A esta idea afirma el moralista italiano Abbà:

«La regola morale è per Guglielmo di Ockham del tutto esterna alla volontà perchè egli considera la casualità della volontà non solo come opposta alla conoscenza che procede a modo di natura, ma inoltre, innovando rispetto a G. Duns Scoto, come del tutto indifferente di fronte al dettame della ragione, dalla quale non subisce alcuna

²⁸⁶ Cf. Flecha: *Teología moral fundamental*, p. 5; Abbà: *Quale impostazione per la filosofia morale?*, pp. 80-81. De aquí se destaca el papel que posee la voluntad divina dentro de la dinámica moral de la persona, puesto que Dios ya no se observaría como un fin bueno, sino Aquél que manifiesta lo que debe estar bien. Véase también, en: Vereecke, L. (1990): *Da Guglielmo d'Ockham a sant'Alfonso de Liguori. Saggi di storia della teologia morale moderna. 1300-1787*, Milano, Edizioni Paoline, pp. 163-167. 170-242; Melina, L. - Noriega, J. - Pérez-Soba, J. J. (2007): *Caminar a la luz del amor. Los fundamentos de la moral cristiana*, Madrid Palabra, pp. 55-57; Reale – Antiseri: *Historia del pensamiento filosófico y moderno*, pp. 533-548.

²⁸⁷ Cf. Abbà: *Quale impostazione per la filosofia morale?*, pp. 80-81. Véase también, en: Sayés, J. A. (2003): *Teología moral fundamental*, Valencia, Edicep, pp. 70-71. La obligación moral es por lo tanto el centro de la vida moral: “*hacer el bien es hacer esto a lo que se está obligado; hacer el mal es hacer lo contrario a esto a lo que se está obligado*”. «*Malum nihil aliud est quam facere aliquid ad cuius oppositum faciendum aliquis obligatur*»: *II Sent* q. 4 y 5, H. El bien no es, como en santo Tomás, lo que se apetece, perfecciona y tiene carácter de fin.

*causalità. In seguito a te indifferenza la volontà umana dipende per la sua rettitudine totalmente da una regola esterna ad essa, la retta ragione»*²⁸⁸.

Podemos concluir afirmando que esta propuesta ética pretende centrarse sobre en la verdad para evitar el peligro del subjetivismo del agente. En cambio, toda referencia a la libertad en el nominalismo en su constitución es la creación de una ética basada en la verdad sin libertad. Como reacción era fácil proponer una ética intelectualista, es decir, una ética en la cual toda verdad moral se deducirá de la verdad metafísica, el deber ser se recaba del ser²⁸⁹. Es la orientación que nos llevará a lo que más tarde se propondrá como la manualística como afirma el teólogo moralista Theodor Pinckaers:

*«A finales de la Edad Media este concepto de la moral se extenderá con el nominalismo por las universidades. Formaba parte de lo que se llamaba “la vía moderna”, adoptada en general, a pesar de las diferencias entre las escuelas. También inspirará en el siglo XVII la redacción de los manuales de teología moral destinados, tras el Concilio de Trento, a la enseñanza en los seminarios especialmente en la pastoral del sacramento de la penitencia. Los autores de esos manuales promovidos por los jesuitas [...] manifestarán ciertamente la intención de seguir a Sto. Tomás; pero animados por el afán de impartir una enseñanza moral simplificada, accesible a sacerdotes y fieles, elaborarán una nueva presentación de la moral recogida en un plan general que todos los manuales reproducirán con algunas variaciones»*²⁹⁰.

Por tanto, la corriente nominalista nace como un nuevo modo de concebir el nexo entre verdad y libertad. La precedencia de la segunda (libertad) respecto a la primera (verdad) produce un desequilibrio en el nexo entre sabiduría y voluntad divina, inclinándose hacia la segunda.

1.2.4.- El Luteranismo

La motivación fundamental de la posición de Martin Lutero se debía ciertamente a la convicción por parte de éste a lo que llamará “*experiencia de la torre*”. Consiste en la no-justificación del hombre por las obras, sino por la justicia de Dios, que se les concede como don y que se arroja por la fe²⁹¹.

²⁸⁸ Abbà, *Quale impostazione per la filosofia morale?*, 81.

²⁸⁹ Cf. Melina, L. (2006): “La verdad sobre el bien”, en: Melina, L. - Noriega, J. - Pérez-Soba, J.J., *La plenitud del obrar cristiano. Dinámica de la acción y perspectiva teológica de la moral*, Madrid, Palabra, pp. 46-47.

²⁹⁰ Pinckaers, S. T. (2001): *La moral católica*, Madrid Rialp, p. 45.

²⁹¹ Cf. Sayés: *Teología moral fundamental*, p. 72.

Desde aquí, el luteranismo que -debido a su teoría de la justificación del pecador mediante la sola fe (*sola fides*)- libera al sujeto de cualquier ligazón con sus propias acciones. Ante la dificultad de conciliar la dimensión intelectual y religiosa del acto de fe introduce un dualismo entre *fe fiducial* y *fe histórica* -entre fe y creencia-, atribuyendo estos dos elementos a dos actos distintos. El primero sería un acto de confianza de la voluntad y el segundo el asentimiento intelectual carente absolutamente de valor religioso.

Esta división secularizada de la ética conduce a una distinción entre el orden mundano (*Weltethos*) y el orden de salvación (*Heilethos*). Este dualismo se produce por la reducción del acto de fe a un puro hecho de conciencia. De esta hipostización de la conciencia se sigue una lógica individualista, en la que la moralidad se recluye en la intención subjetiva del sujeto, al margen de la significación intrínseca de la misma acción.

Como consecuencia, Lutero separa la ley de la fe, por un lado, y la ley del evangelio, por otro. La cuestión del evangelio es la fe, no la moral. De ahí que el teólogo alemán admita las obras humanas como consecuencias de una vida de fe, pero sin admitir nunca que se le impongan como exigencias de la justificación. Las obras no poseen un valor salvífico alguno, puesto que su justificación sólo se alcanza de modo extrínseco. Por tanto, Lutero evita la comprensión de la vida cristiana como una vida de santificación y por ello mismo, se desprende de las virtudes y los dones del Espíritu Santo, dando así un sentido peyorativo al concepto de ética²⁹².

Desde este planteamiento, Lutero desarrolla la teoría moral de la paradoja, que fue revolucionaria para los sistemas éticos medievales. A saber, la buena voluntad de Dios se cumple cuando una persona acepta el don de Dios mediante la fe. Es decir, el cristiano es señor de todo, perfectamente libre, no estando sujeto a nadie; y a su vez, es el siervo diligente de todos, sujeto a todos²⁹³. Desde esta paradoja, que Lutero nos expresa con ardiente deseo en su perspectiva individualista sobre la fe y la conciencia, comienzan a sonar a ciertas claves kantianas sobre la autonomía. Es aquí donde la libertad para Lutero sólo se alcanza mediante la fe cristiana, y la ética se despliega como

²⁹² Cf. Op. cit., pp. 72-73.

²⁹³ Cf. Jacobsen, H. K. (2004): “Ética luterana”, en: Atkinson, D. J. – Field D. H., coors., *Diccionario de ética cristiana y teología pastoral*, Barcelona, CLIE, p. 574.

una vida de servicio al prójimo, pues sólo los seres verdaderamente libres pueden servir a los demás²⁹⁴.

Las características más potenciales del luteranismo se expresan en las siguientes claves: (1) la justificación por la gracia por medio de la fe; (2) la paradoja de ser pecador y justificado al mismo tiempo; (3) el concepto de la responsabilidad en los dos reinos (o dos éticas)²⁹⁵.

De este modo, los acontecimientos históricos que suceden a la Reforma de Lutero van a acrecentar esta fragmentación de la fe cristiana y el racionalismo de una ética civil-autónoma.

1.2.5.- La moral moderna

Según algunos autores²⁹⁶, las denominadas guerras de religión que se desencadenaron en Europa a finales del siglo XVI y principios del XVII (hasta la paz de Westfalia de 1648) fueron el origen de esta ruptura. Europa pierde, así, su unidad confesional y los intelectuales llegan a la conclusión de que la fe es el principio de división y de controversia. La convivencia, por consiguiente, no puede basarse en la fe, sino que sólo puede tener su fundamento en la razón. La propuesta será a partir de ahora la de convivir «*como si Dios no existiera*» (Hugo Grotius). De este modo, nace así una nueva concepción de la ética fundada en la naturaleza humana, emancipada completamente de la fe, y aún más, contrapuesta sistemáticamente al orden sobrenatural. Se observa en esta nueva perspectiva un fundamento para la pura racionalidad autosuficiente.

El filósofo René Descartes tropieza con un pensamiento novedoso al afirmar: «*que muchas veces sucede que no hay tanta perfección en las obras compuestas de varios trozos, y hechas por las manos de muchos maestros, como aquellas en las cuales sólo ha trabajado uno*»²⁹⁷. En efecto, se refiere a las cinco tesis que tienen que ver con el nuevo cambio de era: (1) los arquitectos y sus edificios, (2) los ingenieros y las ciudades, (3) los pueblos y las legislaciones que los rige, (4) la filosofía escolástica y su naturaleza compuesta y (5) el hombre y sus opiniones. Con la Ilustración llega una nueva forma de entender la ciudad, las leyes, las costumbres, la moral e incluso hasta la

²⁹⁴ Cf. Op. cit., p. 575.

²⁹⁵ Cf. Ídem.

²⁹⁶ El teólogo Pannenberg añade lo expresa como la fragmentación entre ética y religión. Véase, en: Pannenberg, W. (1986): *Eclesiología y ética*, Salamanca, Sígueme, p. 69.

²⁹⁷ Descartes, R. (1979): *Discurso del Método*, Madrid, Alianza editorial, p. 77.

religión. De ahí que en su texto más representativo (“El discurso del método”), sostenga lo siguiente:

«Y pensé asimismo que por haber sido todos niños antes de ser hombres, y haber necesitado por largo tiempo que nos gobernasen nuestros apetitos y nuestros preceptores, con frecuencia contrarios unos a otros, y acaso no aconsejándonos, ni nosotros, siempre lo mejor, es casi imposible que nuestros juicios sean tan puros y sólidos como lo serían si desde el momento de nacer hubiéramos dispuesto por completo de nuestra razón y ella únicamente nos hubiera dirigido»²⁹⁸.

Con esta idea, la filosofía cartesiana comienza a interesarse por una nueva forma de racionalidad para entender el mundo y la realidad, descartando la presencia del hombre como aquel que se sabe *no-autor* del mundo en el que habita y en el que no está dispuesto a asumir ninguna responsabilidad. Efectivamente, al asumir esta nueva forma de racionalidad, Descartes quiere expresar el nuevo ideal del *hombre moderno* (“el burgués”). Este nuevo sujeto, que proviene de la comunidad medieval cristiana, es el que ahora se niega a reconocer su procedencia, sus leyes, sus costumbres, su moral, su religión, su arte y su política.

¿Por qué ha de asumir la responsabilidad de un mundo que no es suyo? La única responsabilidad por la que está dispuesto a asumir el hombre moderno es aquella que tiene que ver con el futuro: el proyecto del Progreso de la Modernidad. Es decir, el hombre moderno desea destruir todo cuanto encuentra a su paso con el fin de empezar algo nuevo. Ahí es donde entiende su propia responsabilidad. A pesar de que no desea aceptar ningún compromiso, la realidad se le impone y éste sin quererlo se convierte en un ente comprometido y se siente llamado ante él. ¿Cómo resolver este conflicto entre lo que se es y lo que se quiere ser? Descartes encuentra solución en su filosofía afirmando que:

«[...] como para empezar a reconstruir la casa en que se vive no basta haberla derribado y haber hecho acopio de materiales y de arquitectos, o haberse ejercitado uno mismo en la arquitectura y haber trazado además cuidadosamente el plan, sino que también hay que proveerse de alguna otra habitación en donde pasar cómodamente el tiempo que dura el trabajo, de igual modo con el fin de no permanecer irresoluto en todas mis acciones mientras la razón me obligase a serlo en mis juicios, y no dejar de vivir desde luego lo más felizmente que pudiese, me formé una moral provisional»²⁹⁹.

²⁹⁸ Op. cit., pp. 78-79.

²⁹⁹ Op. cit., p. 86.

Así es, el nuevo hombre moderno (burgués) asume la responsabilidad de su pasado y del mundo que le rodea, pero esta vez de manera provisional. Para su existencia, este hombre moderno debe entender que la convivencia es un compromiso que debe de asumir junto con lo establecido por la comunidad: religión, leyes, costumbres y opiniones. Sin embargo, sólo las podrá entender como cuestiones provisionales y con la pretensión de cambiarlo todo. Afirma Descartes:

«Pero como hombre que tiene que andar solo y en la oscuridad, resolví ir tan despacio y ser tan cuidadoso en todas las cosas que, a riesgo de adelantar poco, al menos me librara de caer. Y ni siquiera quise empezar a rechazar por completo ninguna de las opiniones que pudiera antaño haberse deslizado en mi espíritu sin haber sido introducidas por la razón, hasta después de pasar buen tiempo dedicad al proyecto de la obra que iba a emprender, buscando el verdadero método, para llegar al conocimiento de todas las cosas de que mi espíritu fuera capaz»³⁰⁰.

En efecto, en Descartes se expresa el tipo de hombre que sólo acepta los compromisos de la convivencia. Es el compromiso del nuevo hombre que se somete a los otros para la convivencia con los otros. Sin embargo, el ser humano en soledad es un alguien que no confía en los otros, y que poco a poco irá construyendo aquellas herramientas que le hagan posible escapar a tales compromisos con la comunidad.

De este modo, frente a una realidad que le compromete, el nuevo hombre moderno de la Ilustración construye un sistema defensivo de formas vacías, puras e ideales. Serán las nuevas herramientas que le ayudará a detener el acoso que reciben por parte de la realidad, el acoso de la historia e incluso de sus compromisos que tienen que ver consigo mismo y con los demás.

Sobre esta nueva emancipación, el filósofo francés Pierre Bayle pone fin a la identificación del ateísmo y la inmoralidad y así, por primera vez, realiza el anuncio de una convivencia civil de ateos (ética civil). En su texto “Dictionnaire historique et critique” comprendió que mientras los ateos estaban excesivamente ciegos e ignorantes sobre la naturaleza de las cosas; por el contrario, existen muchos ateos a los que no se puede distinguir por sus vicios y concluye. Sobre esta cuestión afirma:

«[...] si los ateos existen y hablan con moralidad y son bien dispuestos, entonces la conclusión es que el ateísmo no es una causa necesaria de inmoralidad, sino

³⁰⁰ Op. cit., pp. 81-82.

simplemente un incidente a la vista de todas aquellas personas inmorales en disposición o temperamento, ateas o no»³⁰¹.

Se consume así la emancipación radical de la ética respecto de sus fundamentos cristianos y religiosos del medievo, así como la nueva forma de entender la responsabilidad.

Por tanto, hemos visto las claves que nos han llevado a la escisión entre fe y moral que se acentuaron en la navaja de Ockham como modelo moral basado en una verdad sin libertad. Es decir, en una ética que pretende centrarse en la verdad por evitar el peligro del subjetivismo por su correspondencia ante la voluntad divina. Hemos dado cuenta en el modelo moral luterano y su pretensión de liberar al sujeto de cualquier ligazón con sus propias acciones e introduce de este modo un dualismo entre fe fiducial y fe histórica. Y hemos visto el camino que recorre el racionalismo hacia una nueva ética civil como consecuencia de las guerras de religión y el contexto de cambio dentro del ideal moderno. Véase, que tales piezas han sido fundamentales para convertirse en el caldo de cultivo para la definitiva sistematización en la filosofía de Kant.

De este modo, la primacía de la moral, una vez desacralizada, se convirtió en filosofía a partir de la época moderna tomando sus propias fuentes en términos claves como la ley natural, la conciencia, la razón o la propia de naturaleza humana. Ello ayudará a recuperar de nuevo el ideal del estoicismo clásico y el epicureísmo, y poco a poco se extenderá hasta las obras de Derecho³⁰². De este modo, el Derecho también se inscribía dentro de una óptica moral.

Sin embargo otra especie de moral (la moral de lo bueno y de lo justo) será una moral dirigida al juez encargado de definir lo justo. A partir de ahora la moral moderna se dirige a cualquier individuo que dicta sus propias reglas de conducta dentro del espacio de la convivencia.

De este modo, la mala fe queda así establecida dentro de una doble moral. Por un lado, aquella moral que es pura, ideal y formal. Es decir, una moral legal, establecida libremente por una supuesta persona que se *auto-legisla* y asume los compromisos legalmente establecidos. Y por otro, la moral de lo *no-legislado* y de la pura acción individual. Sería la moral del mundo de los compromisos materiales a los que se ve sometido como hombre. Es la moral de lo que se vive y que nada tiene que ver con la

³⁰¹ Bayle, P. (1826): *An historial and critical Dictionay*, London, Hunt and clark, pp. 173-174.

³⁰² Es el caso de Hugo Grotius o Samuel Pufendorf, en muchos tantos, incluso con Jeremy Bentham y Inmanuel Kant que partirá de una doctrina de los deberes del individuo.

moral de lo que se debe. En otras palabras, es la moral en la que todo está permitido. La moral de la irresponsabilidad.

¿Qué sucedió en el término de responsabilidad en este nuevo contexto para que tomara otra forma? Justamente que el término siguió un camino comparable al de vocablos tales como persona, obligación, contrato, sociedad o interpretación. Pensemos que el lenguaje moderno los ha extraído del *Corpus Iuris Civilis*, pero llevándolo hacia otro tipo de discurso. Sin embargo, tales términos acabaron cambiando de significado en el curso del tiempo.

Es de esta manera que el término responsabilidad volvió a tomar peso dentro del discurso de la moral cristiana. Recordemos que este tipo de moral, plasmada en las obras manualísticas, está encuadrada en la metáfora del juicio de Dios y que los preceptos de la ley divina son seguidos por una sanción. Es decir, la conducta del hombre será juzgada por un ser transcendente. Este será el tema más recurrente en el discurso de los moralistas antes que se extienda, un tanto debilitado, al lenguaje común.

Véase que la forma teológica de entender estas realidades destaca la observancia del tribunal de Dios y que está en completa contradicción con el sentido que ejercen los tribunales de justicia humana. Es decir, Dios no tiene por qué resolver el litigio de una pluralidad de individuos o sociedades. De este modo, cada uno de sus juicios no interesa sino a un solo sujeto, ya que Dios desconoce el concepto de persona jurídica, las sociedades, las empresas y cualquier instancia. Así como la justicia humana es útil, en el sentido que tiende a una prestación futura, en el caso de la justicia divina se mira únicamente al pasado. Por tanto, no se responde ante una deuda o una carga o por un servicio realizado, sino por nuestra conducta una vez terminado el camino terrenal.

Del mismo modo que la materia de la ley moral es la del actuar humano, para la ley divina es la de juzgar los actos. De este modo, Dios a partir de la culpa explorará en los corazones de los hombres y valorará así la intención subjetiva, siendo dicha intención subjetiva la que nos haga ser responsables frente al tribunal. El acto culposos deviene la causa de esta forma de responsabilidad.

1.2.7.- La moral laica

Con esta ruptura triádica entre culpabilidad-responsabilidad-imputabilidad, se trasplanta el sentido de nuestro concepto de un terreno a otro. Tengamos en cuenta que el sentido del término responsabilidad fue modificado y su efecto repercutió de manera clara hasta nuestro uso actual. Es cierto que en la actualidad, la moral se ha laicizado,

pues hemos pasado de la ley moral revelado por Dios a Moisés, o la verdad revelada por Jesús en el Evangelio, a la ley moral “natural” inscrita en la conciencia de cada hombre. Es decir, a los imperativos de la razón, hasta que, finalmente, el hombre establezca libremente sus propios imperativos como bien suscribirá más tarde Nietzsche.

a) *El nietzscheanismo*

De esta ley propia en la conciencia del sujeto humano se desenvuelve en la conciencia, a la que Nietzsche apelará al escribir la historia del concepto responsabilidad. Sostiene así el filósofo que,

«Ésta es cabalmente la larga historia de la procedencia de la responsabilidad. Aquella tarea de criar un animal al que le es lícito hacer promesas incluye en sí como condición y preparación..., la tarea más concreta de hacer antes al hombre hasta cierto grado, necesario, uniforme, igual entre iguales, ajustado a regla, y, en consecuencia, calculable»³⁰³.

Efectivamente, las inercias sociales y la fuerza de la costumbre han convertido al hombre en un ser calculable. Frente a ello, encuentra su emplazamiento en el hombre libre, (o individuo soberano) como el poseedor de una voluntad duradera y creadora de valor. Es decir, un ser que sólo es igual a sí mismo, que se ha librado de la *eticidad* de la costumbre y que es un individuo autónomo y *sobre-moral*. En definitiva, un hombre de larga voluntad al que le es lícito prometer,... concluyendo de este modo, que:

«El orgulloso conocimiento del privilegio extraordinario de la responsabilidad, la conciencia de esa extraña libertad, de ese poder sobre sí y sobre el destino, se ha grabado en él hasta su más honda profundidad y se ha convertido en instinto, en instinto dominante»³⁰⁴.

De ahí que este instinto dominante, que permite al hombre hacer promesas y responderse a sí mismo con orgullo a la manera de quien promete, lo llamará conciencia³⁰⁵. Por ella, el hombre se permite el lujo de afrontar sus promesas, enfrentándose en perenne combate a esa otra fuerza que lucha contra ella: *«la capacidad de olvido del hombre»³⁰⁶.*

³⁰³ Nietzsche, F. (1993): *La genealogía de la moral*, Madrid, Alianza, p. 67. Es una historia forjada por lo que había denominado en su libro “Aurora”: la eticidad de la costumbre, a la que se une lo que ahora se bautiza como la camisa de fuerza social.

³⁰⁴ Op. cit., p. 68.

³⁰⁵ Cf. Choza, J. (1978): *Conciencia y afectividad. Aristóteles, Nietzsche, Freud*, Pamplona, EUNSA.

³⁰⁶ Cf. Nietzsche: *La genealogía de la moral*, p. 68. Todo este arquetipo intelectual ofrecido en este texto se desvía hacia el análisis de una mala conciencia y del concepto de la moral de la culpa, en el que radicaliza mucho más el problema de la responsabilidad.

Vista esta particular visión de la libertad, idealizada sin más límites que la propia voluntad con sus terribles consecuencias, queda la obligación en la historia del pensamiento de un redimensionamiento de la libertad a partir del reconocimiento en su propio dinamismo de la dimensión de la responsabilidad.

Por tanto, según el planteamiento de Nietzsche la responsabilidad es un valor aristocrático que entra en conflicto con la idea liberal de igualdad de derechos ya que la responsabilidad constituye un punto de fricción del individuo que adopta en cada persona una forma única e irreductible. No puede ser distribuida por igual porque la responsabilidad es intrínsecamente contingente, es decir, se halla radicalmente situada. A diferencia de la capacidad de auto-perfeccionamiento, la responsabilidad no define el valor moral intrínseco del individuo. Ahí es donde Nietzsche sostiene que no existe una sola manera de obtener el valor más alto y el sentido más profundo, sino que existe un número infinito de formas igualmente valiosas cuya singularidad es irreductible³⁰⁷.

b) El marxismo

En un contexto de grandes avances técnicos, políticos, económicos y sociales, entra en escena la propuesta de Karl Marx. Efectivamente, el marxismo se convierte en una de las primeras filosofías que toma conciencia de los nuevos compromisos de responsabilidad. Con la llegada del capitalismo reciente de Adam Smith, la creciente colonización y la proliferación de un sistema que encajaba a la perfección y después de la Primera Revolución Industrial, todo el armazón legal y formal queda como una especie de barniz que pretende encubrir una serie de intereses concretos que sólo benefician a una clase (la clase dominante). Todo ese mundo ideal no es otra cosa que la superestructura de un mundo real y concreto como sutilmente afirmaría el mismo el padre del comunismo:

*«No es la conciencia de los hombres lo que determina la realidad, sino, por el contrario, es la realidad social la que determina sus conciencias»*³⁰⁸.

La burguesía, a pesar de todo, se encuentra comprometida ante esta nueva realidad. Poco a poco se irá comprometiendo y responsabilizándose con nuevas realidades y con nuevas clases sociales. Con esta asunción de responsabilidad se provocarán nuevas acciones que hasta el momento eran pensadas de otro modo. Así lo manifiesta Marx:

³⁰⁷ Cf. Lemm, V. (2009): "Nietzsche y libertad individual: Rawls, Cavell y el debate sobre el valor del perfeccionamiento para la democracia", en: *Alpha* 28 (julio), p. 89.

³⁰⁸ Marx, K. – Engels, F. (1964): *Sobre arte y literatura*, Buenos Aires, Revival, p. 38.

«El conjunto de estas relaciones de producción constituye la estructura económica de la sociedad, la base real, sobre la cual se lleva una superestructura jurídica y política y a la que corresponden determinadas formas de conciencia social [...] En una fase determinada de su desarrollo, las fuerzas productivas de la sociedad entran en contradicción con las relaciones de producción existentes, o, lo cual no es más que su expresión jurídica, con las relaciones de propiedad en cuyo interior se habían movido hasta entonces. De formas evolutivas de las fuerzas productivas que eran, estas relaciones se convierten en trabas de estas fuerzas. Entonces se abre una época de revolución social. El cambio que se ha producido en la base económica trastorna más o más lenta, o rápidamente, toda la colosal superestructura»³⁰⁹.

De este modo, el capitalismo se convierte en la consecuencia histórica de las transformaciones por las que ha venido atravesando la humanidad en un proceso de desarrollo. Más aún, en términos generales, los cambios en la organización económica de la sociedad son el resultado histórico de las transformaciones que se derivan del conflicto permanente entre el dinámico desarrollo de las fuerzas productivas y el relativamente lento cambio en las relaciones de producción.

Los mismos filósofos de la burguesía igualmente tendrán conciencia de este hecho y tomarán partido en la nueva conciencia por los compromisos que su clase social ha adquirido. El historicismo, la sociología del saber, la sociología del conocimiento y el existencialismo harán patentes, tiempo más tarde, esta idea a partir de estos nuevos compromisos.

De este modo se inicia lo que el sociólogo húngaro Karl Mannheim llama el *«proceso de desenmascaramiento»* que penetró profundamente en las raíces sociales³¹⁰. Efectivamente, a partir de ahora el individuo no puede eludir su propia responsabilidad. Ya no le vale al hombre moderno escaparse de su propia responsabilidad como estaba acostumbrado. Ahora es sometido a un inteligente análisis tras del cual queda desenmascarado y obligado a responder. Ni siquiera le vale el determinismo social como hecho patente por el marxismo. La filosofía de la burguesía, fiel a su idea de libertad, le obliga a asumir su responsabilidad. Sólo el individuo responsable es libre.

Véase que ésta será la idea que motivará posteriormente al existencialismo para defender la libertad en situación como el momento concreto de la realidad a la que el

³⁰⁹ Marx, K. (1979): "Prólogo", en: *Contribución a la Crítica de la Economía Política*, Ciudad de México, Ediciones de Cultura Popular, p. 12.

³¹⁰ Cf. Mannheim, K. (1987): *Ideología y utopía. Introducción a la sociología del conocimiento*, México DF, FCE, p. 35.

hombre no puede evadir. A partir de ahora, se entiende que todo hombre se encuentra comprometido en una determinada situación concreta y frente a ella, sin embargo, tiene la libertad de actuar en conformidad o inconformidad, en responsabilidad o irresponsabilidad.

Por tanto, al hombre del siglo XIX se le plantea la idea de una situación determinada e ineludible que puede ser asumida tanto consciente como inconscientemente. El hombre puede vivir en esta situación de dos maneras: (1) como si nada hubiera cambiado, esto es, de mala fe; o (2) aceptarla como lo que es y con toda la responsabilidad que esto significa.

A partir de ahora será la filosofía contemporánea la que rinda cuentas a ese hombre burgués para que no aluda ante su responsabilidad ya sea aceptándola o no. Por tanto, en este momento de la historia la comunidad, como un constructo vivo, mejor organizado y más poderoso, llama a cuentas a una clase para que responda de una multitud de hechos concretos con los cuales se ha comprometido y ha comprometido a ésta. Aquella burguesía que no quiso responder de un pasado que no consideraba como propio, tiene el testigo en sus manos para responder de un pasado que es obra suya.

Véase, que este nuevo paradigma de la responsabilidad está centrado ahora frente al foro de lo personal y a las acciones realizadas frente a la humanidad, a la sociedad o a los tiempos futuros. Es decir, frente a los sustitutos de Dios. Es dentro de esta perspectiva como se va entendiendo la desaparición de la imagen de la comparecencia ante el Gran Juez, y va tomando partido la idea de la garantía, pero considerada tan solo desde el punto de vista del sujeto activo.

Hemos podido leer en otras obras filosóficas contemporáneas que para un hombre pueda hacerse responsable hace falta que sus actos tengan algún tipo de repercusión en un sentido determinado, dar consistencia a su libertad y tener presente a un sujeto moral con identidad propia.

c) El existencialismo

A esta llamada de cuentas y de la revolución, que produjo la nueva caracterización de la responsabilidad, caló profundamente en la filosofía del siglo XX, y más concretamente en el corpus intelectual del existencialismo de Jean Paul Sartre. En un contexto donde aquella gran clase social (la burguesía) entra en proceso de decadencia, el ser humano comienza a ser entendido como aquel que asume la responsabilidad de todos los compromisos que ésta ha adquirido al hacer su historia. En

este sentido el existencialismo se convierte en una filosofía con la pretensión de definir la responsabilidad del hombre del siglo XX en un doble sentido:

(1) responder -en nombre de la burguesía- de todos los errores, engaños, falsedades y de toda la suciedad oculta bajo un velo de formas abstractas y huecas.

(2) Tratar de responder de un mundo ante cuya vista se espantan y escandalizan los espíritus burgueses aun irresponsables, o, aquellos que teniendo tal espíritu, presumen de otra cosa.

Recordemos que en cierto modo aquel hombre burgués cartesiano pretende no mover, ni tocar, ni desvelar, ni descubrir nada, puesto que su habitud es la de dejar las cosas tal y como están. ¿Qué sucederá con ese hermoso artefacto moral que ha sido construido y que ahora está resquebrajado? Como evidente crisis, el filósofo existencialista salva la situación planteando el nuevo pivote de la ética: “la libertad”. Es decir, una libertad que no tiene que ver con la comprendida hasta el momento. No es una libertad absoluta que tiene que ver con una verdad esencialista, sino con la libertad en situación (la libertad comprometida).

Efectivamente, con la llegada del existencialismo ya no se sostiene la idea de una libertad en sentido pleno, absoluto y, por lo mismo, irresponsable. Al contrario, se defiende la libertad responsable de un sujeto que es consciente de sus límites, pero consciente siempre frente a una situación cerrada y sin más posibilidades para la acción.

Ante la idea de responsabilidad que sostenía la burguesía, Sartre defiende la idea de la responsabilidad para salvar así su idea de libertad. Efectivamente, allí donde no hay responsabilidad no puede haber libertad. Y si ya no se puede ser responsable ante los demás, al menos hay que serlo ante uno mismo. Según el filósofo francés, estamos condenados a ser libres por dos simples razones: porque cargamos con el peso del mundo entero y porque somos responsables de él y de nosotros mismos, a no ser que nos mintamos de mala fe pensando que somos conscientes de ser los indiscutidos creadores de nuestros actos.

Sartre salva su razonamiento entendiendo que es a través de nuestros actos por el que existe el mundo, en un sentido totalizador de la experiencia. Es cierto que cada una de nuestras elecciones producen un *«peculiar coeficiente de adversidad»*: una resistencia, una barrera, una dificultad, pero también somos los autores de esa

adversidad³¹¹. Sartre pretende, con su filosofía, ser esa conciencia responsable. Por esta razón afirma:

«Todo lo que podemos hacer es reflejar en nuestros espejos su conciencia desdichada, es decir, adelantar un poco más la descomposición de sus principios; tenemos la tarea ingrata de reprocharle sus faltas cuando se han convertido en maldiciones. Burgueses nosotros mismos, hemos conocido la angustia burguesa, hemos tenido esa alma desgarrada; pero, ya que lo propio de una conciencia desdichada es quererse substraer al estado de desdicha, no podemos permanecer tranquilamente en el seno de nuestra clase, y como ya no es posible salir de ella de un aletazo, dándonos aires de aristocracia parasitaria, menester será que seamos sus sepultureros, incluso corriendo el riesgo de sepultarnos en ella»³¹².

La burguesía, como clase, es así vista como algo condenado a la destrucción. Sin embargo, de esta destrucción pueden salvarse los mejores de sus individuos. Esto es, sus individuos responsables, aquellos que saben reconocer su responsabilidad como miembros de una clase que termina, y su responsabilidad como participantes en una situación que ya no es la propia.

«Hemos nacido en la burguesía, y esta clase nos ha enseñado el valor de sus conquistas: libertades políticas, libertad de expresión, habeas corpus, etc.; seguimos siendo burgueses por nuestra cultura, nuestro modo de vida y nuestro público actual. Pero al mismo tiempo la situación histórica nos incita a unirnos al proletariado para construir una sociedad sin clases»³¹³.

Así estos individuos, los mejores dentro de su clase por su capacidad de ser responsables, no tendrán ya una tarea como clase, sino como individuos particulares. Su deber será *«tomar partido contra todas las injusticias, vengan de donde vinieren»³¹⁴*. Sin que esto indique que esperen acabar con las injusticias, simplemente que asumirán su responsabilidad frente a ellas condenándolas.

«Si se nos dice que nos hacemos los importantes y que somos pueriles al esperar que vamos a cambiar el curso del mundo, responderemos que no tenemos ilusión alguna, pero que conviene, no obstante, que ciertas cosas se digan, aunque sólo sea para salvar la cara a los ojos de nuestros hijos»³¹⁵.

³¹¹ Cf. Sartre, J.P (1954): *El ser y la nada*, Buenos Aires Iberoamericana, p. 296.

³¹² Sartre, J.P (1950): *Situations, II*, Buenos Aires, Editorial Losada, p. 8.

³¹³ Op. cit., p.7.

³¹⁴ Op. cit., p. 230.

³¹⁵ Op. cit., p. 232.

En definitiva, si tuviéramos que resumir el planteamiento sartriano de la responsabilidad que abre camino a la filosofía del siglo XX lo podríamos definir en tres simples palabras: “no hay excusas”, a lo cual puede responderse: “yo no elegí nacer”. El autor sostiene que el nacimiento de una persona ya es el inicio de nuestra propia facticidad. Y como tales, el ser humano no tiene otro remedio más que asumir la responsabilidad por la facticidad de nuestras situaciones (en este caso, la de nuestro nacimiento).

1.3.- Resultado de la responsabilidad en el tránsito histórico

El tránsito que hemos realizado sobre la idea de responsabilidad puede caracterizarse por tres signos distintivos. Por un lado, dos de ellos tienen que ver con la expresión de sus ámbitos de intervención y significado que se han desarrollado en una misma dirección. Y por otro, el tercero, con la naturaleza y el contenido de la responsabilidad que se ha resuelto sin una tendencia unívoca. Con estos impulsos de expansión es posible advertir sobre el fenómeno de la responsabilidad. Veamos brevemente cada uno:

- (1) El primero está vinculado a los ámbitos en que es reconocida y tratada. Es una noción nacida en el ámbito jurídico –como revela el origen etimológico del término- y que se ha extendido a todos campos de la actividad humana y ha adquirido en ellos connotaciones que la vinculan con los valores y la moral³¹⁶.
- (2) El segundo, se refiere al lugar que este mecanismo ocupa en los sistemas sociales. Es una medida ligada a la reacción frente al sujeto individual y a su hecho, que va siendo concebida cada vez más como una virtud cardinal y que tiene en miras: la prevención. Alude al sujeto social y universal inmerso en los más variados ámbitos y tiene su origen en la pertenencia.
- (3) Y la tercera de las características marca la evolución de la responsabilidad que se encuentra referida a su contenido. Es comprendida como una noción más bien descriptiva y que está ligada a la idea de quién debe soportar las consecuencias de un determinado acto: la pena o la indemnización de prejuicios. Este enfoque ha ido adquiriendo un carácter normativo cada vez

³¹⁶ Cf. Villey, M. (1977): *Esbozo histórico sobre el término responsabilidad*, Vol. 22, Paris, Editions Sirey, p. 45.

más significativo y que la vincula con las ideas de imputación y adscripción y hacen hincapié tanto en las consecuencias, el proceso y los antecedentes.

No obstante, parece que este camino no fuera en una sola dirección si consideramos que muchos hablan hoy de la responsabilidad tratándola como el simple deber de soportar cualquier consecuencia *disvaliosa*, a pesar de cuales fueran los presupuestos y los fundamentos en razón de los cuales se impone³¹⁷.

1.3.1.- El problema de la responsabilidad en la actualidad

Por tanto, visto todo lo anterior, ¿cuál debe ser la nueva orientación para adoptar el nuevo discurso sobre la responsabilidad?, ¿cómo debemos de interpretar el retorno a una responsabilidad más plena, actual y profunda? Creemos que, a partir de lo expuesto, no se trata de reivindicar las viejas tradiciones de la responsabilidad. Más bien, creemos que tiene que responder a las nuevas determinaciones de las sociedades democráticas occidentales. A saber: primero en el fracaso del modelo de sociedad donde sus efectos han sido encarnados en las rupturas sociales, políticas, ideológicas y económicas. Y segundo, la crisis del estado de bienestar donde se ha consolidado una serie de nuevos problemas que trascienden a la realidad política y teórica, como son el SIDA, la destrucción de la capa de ozono, la drogadicción, la violencia y las manifestaciones terroristas, el hambre y la desnutrición, el desprestigio ante los líderes políticos, la corrupción, las puertas giratorias entre el mundo de la empresa y el mundo político,...³¹⁸ Digamos que éstos podrían ser los nuevos problemas que se patentan en nuestra contemporaneidad como reclamos ante una verdadera y coherente responsabilidad.

Así es, demandamos una responsabilidad que esté acorde con los nuevos tiempos y que no esté limitada a ninguna colecta de teorías anteriores. El discurso novedoso de la responsabilidad debe ser nuevo, puesto que, como habíamos visto, cuando se hablaba de responsabilidad se hacía a partir de unos supuestos propios del contexto en el que era entendida³¹⁹.

Y a ello, añádase otro problema más, puesto que ante tales complejidades al hombre actual le sucede algo que hasta ahora no era usual: la espera de la llegada de una

³¹⁷ Ídem.

³¹⁸ Cf. Cruz, M. (1999): *Hacerse cargo. Sobre responsabilidad e identidad personal*, Barcelona, Paidós, pp. 32-33.

³¹⁹ Por ejemplo, se partía de la idea de que el alcance de la acción humana y, en consecuencia, de la responsabilidad estaban intrínsecamente limitados como veíamos en el planteamiento de la responsabilidad del burgués cartesiano.

autoridad, institución u organización para que se haga cargo de tales realidades. ¿Cuál podría ser el problema al que nos encontramos por parte de la filosofía contemporánea? Por un lado, que por la magnitud de los problemas de las sociedades democráticas occidentales no existe una autoridad que acate tales problemas, y por otro lado, surge la pertinente pregunta: ¿quién se hace responsable de ello?

Expuesto el nuevo el nuevo paradigma al que nos enfrenta ese momento actual, tendríamos que preguntarnos: ¿a qué compromete el concepto de responsabilidad?; ¿qué costos teóricos tendríamos que reunir para su puesta en escena?; ¿qué dimensiones de responsabilidad son las que se hacen presentes?; ¿quién es el sujeto de esa responsabilidad?; ¿quién es esa persona o instancia a la que se responde?; ¿es la responsabilidad un concepto central para la comprensión de nuestra realidad? O por el contrario, ¿es la responsabilidad un riesgo que habría que sacarlo del escenario ético actual?

Recordemos que estas preguntas se abren mucho más cuando advertimos, en este momento del inicio del siglo XXI, que el abanico de la subjetividad es uno de los temas más sangrantes. Efectivamente, en nuestras democracias modernas occidentales declaradas como permisivas se empeñan en conseguir el libre desarrollo del individuo, pero lo que habría que plantearse es, ¿por qué ese interés? Porque a pesar de su énfasis en la declaración y asunción del ser humano, no parece que estén aproximándose a ese objeto ya que el resultado ha sido la de un sujeto débil e incapaz de proponerse metas para las que haría falta una identidad fuerte.

1.3.2.- Recapitulando el camino

Hasta el momento hemos realizado un bosquejo sobre el abanico de planteamientos. En este trabajo de análisis tanto etimológico como histórico hemos de reconocer algunos puntos comunes que nos ayudarán para explayarnos con más agudeza en el siguiente apartado. Hemos identificado las tres realidades que se vertebran de manera intrínseca a la responsabilidad y que son las que nos abrirán los ojos para entenderla de una manera completa, actual y fresca. A saber:

- (1) *Primero*, en todos los argumentos se acentúa la historicidad del hombre, en el sentido de que éste vive en un mundo abierto y cambiante en el cual es responsable (acción).
- (2) *Segundo*, porque acentúan que el hombre, pese a toda su vinculación a la naturaleza y a la historia, es a la vez autónomo. Y es justamente ahí, en esta

autonomía, donde se encarna su dignidad singular, que el ser humano sólo puede acreditar mediante un comportamiento responsable con la naturaleza y la historia (libertad).

- (3) Y *tercero*, acentúan la importancia del lenguaje, medio en el que y por el cual se convierte el sujeto en responsable como *ser-en-el-mundo* (interpersonalidad). El lenguaje pasa a ser ahora expresión de su responsabilidad por excelencia, pues responsabilidad significa: dar respuesta; y esto no sólo en el sentido de un responder sin participación personal a preguntas planteadas impersonalmente, sino también en el de *darse respuesta*. La esencia del lenguaje es diálogo, o sea, interpelar y responder. El lenguaje es esencial para el hombre, porque éste debe realizarse en aquél como un “ser que responde”. Y, con ello, apunta a la convivencia como constitución fundamental de su existencia. Por esto, el lenguaje no sólo es expresión inmediata de algo meramente psíquico -de un ser con vida interior- sino que es siempre representación y símbolo *práctico-concreto* de ese poder y deber de convivir personal y libremente³²⁰.

Hemos dado un gran paso que nos puede ayudar en el avance de nuestro estudio, pues el desarrollo problemático del concepto responsabilidad ha experimentado en el ámbito del pensamiento contemporáneo no pocas teorías e interpretaciones desvirtuadas. Sin embargo, en todas ellas descubrimos, aunque de distinta perspectiva, que el dato central de la unión del mundo humano se basa en sus tres relaciones fundamentales: persona-solicitud (lenguaje), libertad y acción. Efectivamente, tres realidades necesarias para poder hablar de una responsabilidad verdaderamente humana en el presente actual y que está en plena sintonía con lo que ya habíamos trabajado en la identidad narrativa de Paul Ricoeur.

Con ello, podríamos aceptar la propuesta que realiza el teólogo J. J. Pérez-Soba al considerar que:

«La responsabilidad se nos convierte en una dimensión propia de la vida humana que es a la vez relacional y dinámica; y que para clarificarse en todo su contenido debe verse en su vinculación con la interpersonalidad, la libertad y la acción del hombre»³²¹.

³²⁰ Cf. Schwartländer, J. (1979): “Responsabilidad”, en: H. Krings, H. *et ali*, coors., *Conceptos fundamentales de filosofía*, Barcelona, Herder, p. 316.

³²¹ Pérez-Soba, J.J., (2004): “Responsabilidad e interpersonalidad”, en: Melina, L. – Granada, D., eds., *Limiti alla responsabilità? Amore e giustizia*, Roma, Lateran University Press, p. 279. Sigue la cita: «En

II.- EL MARCO ÉTICO DE LA RESPONSABILIDAD

Llegados a este punto de la investigación, debemos de reconocer que estamos en condiciones de dar cuenta de una definición aproximada de lo que puede ser el concepto de responsabilidad. Para empezar podríamos atrevernos a afirmar de manera global que la responsabilidad es un complemento moral propio del hombre y que consiste en tener que responder y justificar a la situación en la que queda la libre elección de ciertas posibilidades y la apropiación de la realidad a la que esta elección le ha conducido.

Desde la perspectiva de la ética aplicada, la responsabilidad se ha convertido en un concepto clave en los ámbitos de las deontologías profesionales, tanto por cuestiones filosóficas, como por cuestiones psicológicas, semánticas o jurídicas. En cierto modo, el término ha cobrado cierto protagonismo en los análisis actuales respecto al “*cómo debería*” actuar y “*cómo debería ser*” un profesional para comprender que su acción sea responsable. Esta pregunta en la línea del “*deber ser*” tiene consecuencias importantes, puesto que sobrepasan los ámbitos netamente disciplinares para ser válidas desde ópticas jurídico-legales. La aproximación al resultado de las consecuencias de un acto profesional por medio de la responsabilidad determina en muchas de las veces la imputación al profesional por mala praxis. Téngase en cuenta que no es una cuestión baladí en el universo del derecho civil y penal.

El abordaje que realiza Paul Ricoeur desde su lectura de antropología filosófica y hermenéutica nos ha permitido ver de qué manera se despliegan en los innumerables formatos que toma la responsabilidad en las relaciones humanas y entender que la responsabilidad se puede leer como *prhrónesis* en sentido aristotélico.

Entremos de lleno en el tema principal que nos ocupa respecto a la responsabilidad para traer a nuestra consideración aproximaciones que nos ayudarán a centrar el siguiente capítulo destinado a la RSC.

2.1.- La responsabilidad

El origen de la responsabilidad nace de la misma constitución propia del hombre por la cual aprehende todo aquello que le rodea como real de sí. Es así que el hombre está en la realidad y se hace cargo de ella. De este modo se ve llamado a dar una respuesta a cualquiera de sus situaciones vitales.

cada uno de los tres se puede ofrecer una síntesis adecuada, en la que se revela con especial profundidad la verdad del hombre en busca de una plenitud de vida, [...]».

Nos guste o no, el ser humano es un ser que se encuentra llamado a vivir su propio destino y debe de forjarlo a partir de decisiones, elecciones, preferencias y postergaciones. De ese modo, es responsable de la marcha de su vida y de las repercusiones que sus acciones y decisiones provocan. Así, éste no se responde sólo ante el prójimo -el otro que en un determinado momento se cruza en el camino-, sino también ante todo cuanto le rodea, pues se ve afectado por sus decisiones. Asimismo, la responsabilidad alcanza su vida y su destino y, cómo no, al enredo de las relaciones establecidas con el “otro” y lo que le circunda, haciendo más llevadera –en palabras de Ortega y Gasset- su esencial *soledad* personal³²².

Siguiendo esta argumentación, entendemos que la persona se convierte en responsable de construir su identidad personal en la intimidad de su conciencia abierta a la relación con los otros. Y lo mismo sucede a la hora de construir los principios y directrices que guían su proceder en libertad desde la *soledad* de su pensamiento.

Esta idea de la responsabilidad nos hace pensar que el ser humano sólo encuentra su llamada de responsabilidad, no sólo en sí mismo, sino en las respuestas que crea en la realidad. Es decir, tendrá que crear en todo momento posibilidades y reconocer ese poder de *sí* y en el “otro”. De este modo, el ser humano tiene que responder de la apropiación que realiza en términos de justificación.

No obstante, más allá del enfoque que queramos dar al punto de vista de la conciencia, de la acción o de la educación, o incluso del concepto de persona; la responsabilidad va unida de manera intrínseca a la condición humana, ya que “somos auténticamente humanos cuando asumimos conscientemente nuestra responsabilidad”. Esto significa que la persona no nace siendo responsable, sino que adquiere esa posibilidad en una posesión progresiva de esta condición, alcanzando la categoría de adulto cuando es capaz de responsabilizarse de sí mismo y de sus actos. O en palabras de Xavier Zubiri:

«La moral empieza desde el momento en que interviene la inteligencia haciéndose cargo de la realidad. En ese momento ya el niño se ha apropiado alguna posibilidad, y en esa apropiación estriba el carácter moral, lo que ocurre es que la inteligencia en su desarrollo va exigiendo saber no solamente lo que el niño se apropia porque la inteligencia le dice debe apropiárselo, o lo que le evita que se lo apropie, sino que el niño empieza a entender que aquello es o no es apropiado, Es precisamente el orto de

³²² Cf. Ortega y Gasset, J. (1997): *El hombre y la gente* VII, Madrid, Alianza, p. 75.

la conciencia moral. [...] Cuando el hombre puede caer en la cuenta de esta apropiación o conformidad, es decir, de la verdad moral, entonces es cuando tiene uso de razón. Entonces el hombre no tiene solamente moralidad y conciencia; tiene algo más: responsabilidad. Moralidad, conciencia y responsabilidad no son términos convertibles»³²³.

Así pues, como da cuenta ante la realidad en la que se encuentra, el ser humano tiene la capacidad de crear respuestas. Es decir, tiene que idear aquello que quiere ser para descubrir posibilidades en la realidad, elegir algunas de ellas y apropiárselas de un modo libre. Es así, como entramos en el plano de la perspectiva de la responsabilidad moral donde la respuesta que da cada sujeto a su situación ha de ser justificada. De ello dependerá la figura que está proyectando de sí mismo, de su felicidad y de su elección.

Por tanto, considerando que el ser humano responde ante la realidad en la que vive y crea respuestas en la elección libre y justificada, podemos decir finalmente que “alguien es responsable”. La responsabilidad es un complemento moral que le es propio al hombre. Es su habitud. Es decir, un modo de *habérselas* con la realidad, y un carácter, como el momento que marca la realidad del hombre.

Sin embargo, tal y como ya habíamos advertido, la responsabilidad -en el sentido puramente moral- es un término que está conectado intrínsecamente con el universo de la relación y la alteridad. Ello nos hace comprender que su referencia a ese *alguien*, al que tiene que responder de sus actos, lo hace por alguna razón que convierte en atractiva la visión de la responsabilidad. De ahí que si queremos definir de manera completa nuestro término tendríamos que indicar, previamente las *dimensiones* de la responsabilidad, *quién* es el sujeto de responsabilidad, cuál es el *objeto* del que se responde, *ante quién* se es responsable, *por qué razón* se responde, y *de qué actos* se es responsable.

2.2.- Las dimensiones de la responsabilidad

Dentro de la pluralidad en la que nos encontramos dentro de las relaciones humanas, podríamos pensar en la noción de responsabilidad desplegada en tres dimensiones. Ambas son diferentes, la una de la otra, pero al mismo tiempo se encuentran entrecruzadas para plantear una doble finalidad. A saber:

³²³ Zubiri, X. (1986): *Sobre el hombre*, Madrid Alianza, p. 436.

- (1) por un lado, delimitar aquellas categorías que nos puedan ayudar a realizar mejores evaluaciones respecto de las acciones y sus consecuencias, cuya adscripción va desde los sujetos individuales hasta las sociedades enteras.
- (2) Y por otro, emparejar una estrategia metodológica que nos permita disociar la responsabilidad en distintas dimensiones. Su objetivo es templar la pesada carga que muchas veces trae asimilada el tema de su imputación, tanto en el plano privado como público.

En este segundo sentido, el filósofo Paul Ricoeur señala de qué modo la palabra “imputar” recuerda, en su definición, a la metáfora de la cuenta. Efectivamente, “imputar” es un concepto que nos conduce en la idea de “cálculo” o “cómputo” (del latín *putare*). Respecto de la acción atribuida al agente, se trataría aquí de una extraña contabilidad o registro moral de méritos y desméritos, como si fuera un registro de nuestras acciones. Esta idea es retomada por la figura mítica del Gran Libro de las Deudas (el libro de la Vida y de la Muerte) en el que, al final de la vida de cada persona, realizaría el cómputo de todas las faltas cometidas y glorias realizadas para merecer o no el cielo eterno. Como habíamos visto anteriormente esta forma de responsabilidad como imputación exterior se va interiorizando hacia la era moderna y se trastoca entonces en la idea de que los individuos poseen un fuero interior, o conciencia moral, donde repasan sus acciones en términos de castigos y recompensas (la culpabilidad)³²⁴.

Coincidimos con la afirmación del filósofo K. O. Apel³²⁵ cuando entiende que en la actualidad no es suficiente tratar el concepto de responsabilidad desde esta visión tradicional y moderna (la mera responsabilidad individual). A pesar de que no pueda prescindirse de su uso siempre se trata de personas individualizadas imputables en el marco de las instituciones. Efectivamente, las argumentaciones éticas en torno a esta problemática no pueden girar únicamente en el nivel de la atribución de responsabilidad a un sujeto autárquico, puesto que los problemas y fenómenos actuales corresponden a conglomerados (grupos, comunidades, instituciones)- que sobrepasan en mucho el punto de vista solipscista, siendo entonces una corresponsabilidad.

De ahí que podamos hablar de “dimensiones de la responsabilidad”. Tengamos en cuenta la constante conexión que existe entre las acciones realizadas por el “yo” y el “tú” en el marco de las “instituciones” que los habitan. Por esta razón, las dimensiones

³²⁴ Cf. Ricoeur: *Lo justo*, pp. 41-42.

³²⁵ Apel, K.O. (2007): *La globalización y una ética de la responsabilidad. Reflexiones filosóficas acerca de la globalización*, Buenos Aires, Prometeo.

que deseamos exponer posibilitan un encuadre posible que vendrá en nuestra ayuda. Veamos cada una de ellas.

2.2.1.- Dimensión intrasubjetiva de la responsabilidad

Estamos llamados a asumir una cuota variable de responsabilidad en la medida en que estamos llamados a ser hombres con una personalidad diferenciada. Y suscribimos, la palabra “llamados”, porque no podríamos entender la responsabilidad como una condena, sino como condición de libertad. Efectivamente, la responsabilidad es ante todo *«autorresponsabilidad que afecta al mismo sujeto porque se refiere a acciones conscientes y libres»*³²⁶. El filósofo alemán Max Scheler destaca esta dimensión reflexiva cuando afirma que,

*«La persona se vive a sí misma como responsable de sus actos, sabiendo reflexivamente, en el momento en que actúa, que es ella la que actúa sus propios actos [...] el concepto de responsabilidad moral se basa en el conocimiento inmediato que tengo de ser el autor de mis propios actos y del hecho de que se trata de una realidad axiológica de carácter moral»*³²⁷.

En efecto, dirigiendo esta sutileza de Max Scheler a la antropología filosófica de Paul Ricoeur del agente actuante es desde donde podemos empezar a pensar que el ser humano asume de distintos modos una responsabilidad requerida en el que da cuenta de una posición subjetiva al respecto.

Para el caso de la psicología, ésta se ocupa de la génesis del pensamiento y de la personalidad moral³²⁸. Con distintos matices, en estos desarrollos siempre aparece la necesaria articulación del individuo y la sociedad. Los sujetos se construyen en el seno de una comunidad sociocultural, la conciencia moral y los valores, las nociones de lo correcto-incorreto, lo prohibido-permitido, lo justo-injusto, el bien y el mal reflejan y refractan todo el mundo normativo y valorativo vigentes en un determinado tiempo histórico.

El que cualquier responsabilidad relativa presuponga la autorresponsabilidad, sólo se asume en la medida en que esta autorresponsabilidad sea el núcleo animador

³²⁶ Molinario: “Responsabilidad”, p. 944.

³²⁷ Scheler, M. (2000): *El formalismo en la ética y la ética material de los valores*, Madrid, Caparrós, p. 487. Véase también, en: Scheler, M. (2010): *Amor y Conocimiento y otros escritos*, Madrid, Palabra, p. 47.

³²⁸ Dado que un estudio exhaustivo de las distintas posturas en psicología respecto a la génesis y desarrollo del mundo moral en los sujetos excede las intenciones del presente trabajo, solo mencionaremos como casos referenciales a Freud en sus obras “Totem y tabú” (1914), “El yo y el ello” (1923), “El malestar de la cultura” (1930) y Piaget, con “El criterio moral de un niño” (1932) y “Autobiografía” (1976).

intrínseco de todo obrar moral³²⁹. En efecto, no sería posible que un acto moral, sea cual fuere, tenga lugar fuera de la experiencia-vivida de ser uno el autor de sus propios actos, es decir, fuera de la *auto-conciencia* y la *auto-posesión* que constituyen a la persona³³⁰. En palabras de Roman Ingarden:

*«El tener responsabilidad es un estado que se aplica en cierto modo automáticamente a aquel que ha realizado una acción de determinado tipo. Uno se vuelve responsable de una acción tan pronto como la ha emprendido y realizado; pero uno queda además como responsable de ella, quiéralo o no. La responsabilidad pesa sobre el agente [...] el asumir la responsabilidad no es todavía en sí mismo un tipo de conducta activa del agente, pero consiste con todo en una postura activa, de la que puede o incluso debe resultar determinado tipo de conducta adecuada»*³³¹.

Por tanto, estamos llamados a velar por nosotros mismos y por nuestra identidad, apoyándonos en la permanencia de una memoria histórica que garantice la comprensión coherente de nuestra vida. No se trata, como nos diría P. Ricoeur, de establecer la identidad variable del sujeto de una vez y para siempre, sino de una *ipseidad* que incorpore las diferencias y transformaciones que van construyendo nuestra propia vida³³².

Por tanto, de diferentes maneras los seres humanos asumen este mundo moral que han construido a partir de las interrelaciones con el otro. La psicología también investiga, describe y explica los modos en que los sujetos pueden hacerse cargo o no de las consecuencias de sus actos. Esto es, pueden tomarse como responsables en el sentido no sólo de la imputación externa sino como parte de un proceso de identificación que permita apropiarse de las elecciones propias, sean estas conscientes o no³³³.

³²⁹ «Se autodeterminazione e qualità della vita dell'individuo vengono invocate come linee direttrici normative per i processi di decisione sociali nel rapporto con la vita umana di chi soffre, rimane spesso fuori dai riflettori proprio questo aspetto massimamente individuale, l'aspetto della responsabilità personale, e precisamente però la ragione che non si vede che non si tratta mai solo delle responsabilità nei confronti del sofferente, ma sempre anche della responsabilità dell'agente»: Schweidler: "I Limiti della responsabilità etica", p. 73.

³³⁰ Cf. Molinario: "Responsabilidad", p. 944. «El que no tiene conciencia ni libertad, no puede responder de nada y ante nadie». De esta intuición, queremos volver a rescatar aquí la idea de Zubiri al relacionar la responsabilidad con libertad y conciencia que ya hemos citado. Véase, en: Zubiri: *Sobre el hombre*, p. 436.

³³¹ Ingarden: *Sobre la responsabilidad*, p. 16.

³³² Cf. Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 125. Se trata de lo que denomina "identidad narrativa", en: Ricoeur, P. (1995): *La critique et la conviction. Entretien avec François Azouvi et Marc de Launay*, Paris Calmann-Lévy, pp. 137-138.

³³³ Este tema ha sido tratado por el autor de esta investigación, en el Trabajo de investigación del Máster Oficial: *Psicoanálisis y Teoría de la cultura*", en curso académico 2012-2013, que llevaba por título *Ética y psicoanálisis. Una perspectiva humanística*. Defendido el 4 de octubre de 2013.

El terreno de la reflexión ética y, teniendo en cuenta estas variables expuestas, es interesante advertir el punto de vista del profesor Manuel Cruz según el cual «*la acción no es un territorio ocasionalmente atravesado por los sujetos, sino una de las dimensiones constituyentes de su identidad [en cierto sentido] somos aquello que hacemos*»³³⁴.

Las distintas posiciones que hemos encontrado respecto a la dimensión de la responsabilidad subjetiva forman una multitud de posibilidades. Por un lado, están las que entran en relación con la extrema culpabilidad –lo absoluto del mártir sacrificado que asume las culpas de todos en carne propia-. Por otro, la del inocente victimismo de aquellos eternos agraviados ubicados en una interminable minoría de edad. Y por último, en lo que respecta al auto-exculpador. Es decir, el genocida, el criminal o el estafador a gran escala, que hace referencia a aquellos que no se sienten culpables de nada, ni siquiera de las posibles consecuencias nefastas de su acción, incluso reconociéndose autor del acto.

Sin embargo, para que exista una responsabilidad honestamente asumida subjetivamente por parte del sujeto es necesaria, como diría Ricoeur, una instancia de asignación. Efectivamente, la operación de asignación permite responder ante la pregunta: (1) “*quien es el autor de tal acción*” en términos de primera persona, (2) donde “*esto que he provocado, me compete a mí*”, puesto que “*soy yo y no otro en mi lugar*”; (3) formas narrativas todas que denotan la estrecha relación entre lo asignado – el acto- y (4) la identidad propia –el sujeto-.

En resumen, sólo puede hablarse de responsabilidad, en la medida en que un sujeto actuante (*quién*) goza de conocimiento y libertad. Es decir, en la medida en que ha conseguido una madurez social que abarca los componentes intelectuales, voluntarios y emotivos. La cuestión del hombre, así como su obligación de tener que responsabilizarse, pueden contemplarse desde esta perspectiva como un dato revelador. Así, la persona se experimenta, como un deudor que se enfrenta a exigencias (morales), pues en cuanto ser social sólo puede realizarse en co-humanidad y solidaridad, y frente a cualquier autoridad o instancia.

Por tanto, ser responsable significa que alguien singular e insustituible se asume como agente moral porque se reconoce en su obrar frente a “otro” que lo reconoce como

³³⁴ Cruz, M. (2000): “Responsabilidad, responsables y respondones”, en: Bertomeu, M.J. – Gaeta, R. – Vidiella, G., comps., *Universalismo y multiculturalismo*, Buenos Aires Eudeba, p. 77.

tal³³⁵. Esta última instancia abre camino hacia el paso de la siguiente dimensión, puesto que –como afirma en mismo Ricoeur- «*auto-asección no significa solipsismo*»³³⁶. Todo lo contrario, solo puede existir la autoafirmación frente a la presencia de “otros” que me identifican como “otro-yo”.

2.2.2.- Dimensión intersubjetiva de la responsabilidad

La primera dimensión delimitada solo puede entenderse si es a partir de esta segunda categoría. En Ricoeur leemos:

*«La capacidad de designarse a sí mismo como el autor de sus propias acciones se inscribe, en efecto, en un contexto de interacción donde el otro figura como mi antagonismo o mi adversario, en relaciones que oscilan entre el conflicto y la interacción [...]. Las historias de vida están en este punto entrelazadas las unas con las otras de tal modo que el relato que cada uno hace o recibe de su propia vida se convierte en el segmento de otros relatos que son los relatos de los otros»*³³⁷.

Como diría el profesor Manuel Cruz: no existen acciones humanas privadas como no hay –estrictamente hablando- lenguajes privados³³⁸. Pensemos que la antropología filosófica considera la intersubjetividad como una realidad constitutivamente humana. De ahí que la acción individual sea aquella que carece de efectos. A lo cual, nos surge la primera pregunta: ¿en ese caso, existiría tal acción? Para ello, Ricoeur salva la situación usando una analogía entre la acción humana y el texto narrativo. Esta analogía muestra el modo en que la acción –como un texto escrito o narrado- siempre se dirige a un “otro” que interpela su sentido. Es decir, interpela a ese “yo” como autor. De ahí, que su determinación sea intersubjetiva.

Efectivamente, toda acción, u omisión, o inacción, es una marca que se introduce en los cursos de acción de los acontecimientos de la vida y en sus protagonistas. Por esta razón, la memoria y la identidad se dirigen hacia los otros como una reinterpretación constante³³⁹.

³³⁵ La presentación de la antropología filosófica del último tiempo del pensamiento de Ricoeur sería aquí una empresa excesiva. Recordemos algunos textos claves de su producción donde el autor trabaja el tema de la identidad en su relación con la singularidad (el *ipse*) y la temporalidad y permanencia (el *idem*). Ellos son: el sí mismo como otro, autobiografía intelectual y caminos de reconocimiento.

³³⁶ Ricoeur, P: (2005): *Caminos del reconocimiento*, Madrid, Trotta, p. 257.

³³⁷ Ricoeur: *Lo justo*, pp. 33-34.

³³⁸ Cf. Cruz: *Responsabilidad, responsables y respondones*, p. 69.

³³⁹ Esta idea la podemos encontrar, en: Etxeberria Mauleon, X. (1995): *Imaginario y derechos humanos desde Paul Ricoeur*, Bilbao, Desclée de Brouwer.

2.2.3.- Dimensión colectiva de la responsabilidad

Las dimensiones anteriores se recogen aquí de manera particular, puesto que la relación se establece entre “alguien” que asume el rol del profesional y un “otro” a quien recae su acto como profesional. Pensemos que en esta tercera dimensión aparece la deontología profesional llevada desde la ética aplicada, ya que da cuenta en término de ideales del *deber-ser* profesional dentro del marco del universo en el que el sujeto realiza su profesionalidad en un marco de institución u organización. Dos cuestiones importantes que quisiéramos aludir para el avance de la investigación.

Primero. Tengamos en cuenta que en la actualidad, al menos en nuestras sociedades democráticas occidentales, el alto nivel de insatisfacción dado en los distintos campos profesionales puede leerse como una de las consecuencias a mediano y largo plazo de lo que el filósofo argentino Eduardo Rabossi ha llamado «*fenómenos de los derechos humanos*»³⁴⁰. Efectivamente, cuando este nuevo paradigma se instala y trae la novedosa concepción de sujeto de derecho –es decir, una noción que se orienta hacia su alcance universal-, todos los ámbitos de injerencia pública quedan marcados por este fenómeno.

¿Y en lo profesional?, ¿qué podemos decir? En lo que respecta a lo profesional, se asiste a un aumento de reglamentaciones y de normatividades que rigen la práctica profesional en lo que se llaman “Códigos de Ética”. Esos documentos tienen el objetivo de asumir, a partir de sus fundamentos, aquellos principios que proceden de la filosofía de los derechos humanos: la dignidad, la igualdad, el respeto mutuo, o la autodeterminación.

Por tanto, asumir una práctica profesional que tenga una estrecha relación con la dinámica de los derechos humanos significa tener que preocuparnos por las cuestiones éticas para reunir una serie de principios universales que sean asumidos por todos y que tengan relación con la diversidad de valores existentes y aceptados en este momento de la historia en lo que hemos llamado la sociedad postconvencional. En definitiva, esta idea nos advierte que la dignidad humana, aceptada como principio universal, posee múltiples formas de realización en las comunidades, las instituciones, las organizaciones y los sujetos (nivel particular-singular).

³⁴⁰ Rabossi, E. (1991): “El fenómeno de los derechos humanos y la posibilidad de un nuevo paradigma teórico”, en: Sobrevilla, D., comp., *El derecho, la política y la ética*, Ciudad de México, Siglo XXI, p. 198.

Segundo. Esta dimensión de responsabilidad colectiva inserta a lo profesional en el espacio de lo público. Ésta es justamente la misma idea que sostiene Adela Cortina, cuando habla del “*ámbito de lo público*”. Estima la filósofa española que en la actualidad se ha dejado de pensar en lo político para pasar a comprender al menos en otros cuatro tipos de instituciones pertenecientes a la sociedad civil: las entidades económicas, la opinión pública, las asociaciones cívicas y las actividades profesionales. Poder pensar responsablemente en una sociedad que pueda ser mejor -más justa, con más equidad y calidad de vida- exige de nosotros optar no únicamente por una sola alternativa, sino tratar desde cada uno de estos ámbitos, entendiendo que no puede haber una sola dimensión de la realidad social que sea determinante, puesto que ésta es básicamente poliárquica.

En este marco ampliado de lo público, la reflexión desde una ética de la profesión contribuye siempre a elevar su nivel de excelencia. La responsabilidad en esta dimensión implica anteponerse al mero *ethos burocrático* –el que se atiene al mínimo legal- y el llamado *ethos profesional*³⁴¹ –el que está atento a la excelencia en el trabajo con las personas concretas-. La profesión es un tipo de actividad social que posee los siguientes rasgos públicos: prestación de un servicio específico a la sociedad en formas institucionalizada, compromiso con los bienes internos de la profesión –los que le da legitimidad social y que ninguna otra puede proporcionar-, aptitud y formación continua personal, teórica y técnica para el buen desempeño profesional. Desarrollar atentamente estos rasgos es, desde ya, un acto de responsabilidad pública.

Por tanto, las tres dimensiones de la responsabilidad forman un entramado, de modo tal que la dimensión que hemos denominado colectiva también depende de la posición subjetiva (*dimensión intra-psíquica*) que el profesional asume frente a ese “otro” que padece su acción y que le demanda responsabilidad por su práctica (*dimensión intersubjetiva*).

2.3.- El sujeto de la responsabilidad

En lo referente al sujeto de responsabilidad hemos de decir que sólo el hombre individual es el responsable. Tanto Zubiri como Ortega y Gasset entienden que lo propiamente humano solo es aquello que cada uno piensa, quiere y ejecuta siendo el

³⁴¹ Entendemos aquí profesional en su sentido amplio, como el rol público especializado asignado por las instituciones –portadoras de significaciones sociales- a cada miembro de su comunidad, en función de sus elecciones personales.

sujeto creador de ello. Efectivamente, sólo es cosa de humano el pensar por su propia cuenta. De ahí, que tengamos que concluir que en toda acción humana hay un sujeto que es responsable de ella y que no puede ser otro que del individuo mismo³⁴².

El hombre como autor de sus actos, a través de los cuales configura su personalidad y por tanto, su propio ser, es el sujeto de la responsabilidad. Sin embargo, no vive aislado del mundo y de sus semejantes, sino que se encuentra inserto dentro de una circunstancia. Ella, si bien no determina completamente la acción individual, sí que influye en su actuar abriendo una serie de posibilidades y cerrando otras. Vemos, por tanto, que la sociedad y la historia también pueden ser consideradas como sujetos de responsabilidad. Señalemos a cada una por separado.

En lo que respecta a la sociedad existe un grado de responsabilidad en cuanto que torna al individuo de unos usos y unas hábitos, así como de unos modos de vida, a partir de los cuales éste puede alcanzar la figura plenaria que se ha propuesto o, si estos usos no son adecuados, fracasar en su pretensión.

En este sentido, vemos que también la historia es sujeto de responsabilidad. Si la sociedad dota de usos al hombre individual con los cuales poder habérselas con la realidad, la historia lo dota de capacidades. De ahí que podamos afirmar que la historia es una entrega de modo de estar en la realidad desde los cuales las sociedades elaboran sus usos. Si afirmamos que la sociedad es sujeto de responsabilidad también tenemos que aplicar esa categoría a la historia, ya que la tradición que en ella se haya -lo mismo que los usos sociales- puede potenciar como obstruir la humanización del hombre. De esta forma, podemos hablar de tradiciones responsables y de responsabilidad histórica, así como de la sociedad y de la historia como sujetos de responsabilidad. Sin embargo, esto no significa que apliquemos la categoría de responsable a un sujeto abstracto, sino en todo caso a un sujeto impersonal, puesto que cuando hablamos de responsabilidad de la sociedad y de la historia las estamos considerando como una unidad esquemáticamente constituida.

2.4.- El objeto de la responsabilidad

El objeto de la responsabilidad es sobre aquello de lo que se tiene que responder y que está determinado por el sujeto. Así descubrimos diferentes objetos según el sujeto de responsabilidad. Veamos cada uno.

³⁴² Cf. Ortega y Gasset, J. (1981): *El hombre y la gente*, Madrid, Revisa Occidente-Alianza, pp. 13-14.

Primero. El nivel intelectual es el primer objeto de la responsabilidad que encontramos en el ser humano. Este objeto es el que hace que una persona responda directamente a su propia felicidad o “vida buena”. Efectivamente, el ser humano está *ligado* y, por tanto, está sujeto a su propia felicidad. De ahí, que no tenga más remedio que realizar su figura desde la proyección hacia esa forma plenaria que ha establecido como su propia felicidad. Es así que la vida del hombre se establece como un proyecto de vida que se marca conforme al objeto de responsabilidad. El ser humano es responsable de su proyecto ya que de su realización dependerá la consecución de su felicidad.

Ahora bien, este proyecto que se marca, y por el cual se conduce hacia lo que considera que es la vida buena, irá configurando y construyendo una personalidad o una modo de ser persona. De este modo, podemos afirmar que el ser humano no sólo es responsable de su propia felicidad y del proyecto que realiza. También, es responsable ante su propia construcción de personalidad. En definitiva, podemos decir que el “yo” es responsable de lo que hace porque es él mismo quien lo hace, y aquello que hace es propio de *sí*. El ser humano es, acercándonos a las palabras de H. Jonas, el hacedor de su ser y su objeto de responsabilidad será su propio ser.

Por tanto, el primer objeto de la responsabilidad en el nivel individual es para él mismo. Sin embargo, esta clase de responsabilidad la ejerce desde un ejercicio de libertad que puede potenciarse o disminuirse, puede crecer o incluso desaparecer. De este modo, el ser humano -siendo responsable de sí mismo cuando actúa libremente- es responsable de cómo ejerce su libertad. Efectivamente, la libertad ha de ser considerada como el primer objeto de la responsabilidad.

Segundo. Hemos dado cuenta de que el hombre es responsable de su personalidad. Sin embargo, también descubrimos que intrínsecamente en él existe la dimensión social de su vivir, la cual se manifiesta en la convivencia y en el *co-actuar* con un “otro con rostro”. De ahí, que el ser humano sea responsable de la construcción de la personalidad del otro.

Como ya hemos señalado, somos responsables de nuestros actos porque afectan a los demás. Esta es la orientación semántica del concepto posiblemente más recurrente, pero incluso antes de que realicemos cualquier acción, nuestros principios están orientados ya hacia una modalidad de responsabilidad personal que dirige nuestra forma

de proceder. El “otro” es una parte de mí, afectada por mis actos, y su vida cae dentro de mi responsabilidad.

Efectivamente, en la constitución propia del ser humano existe un “esquema de filiación” al que responder, es decir, un ser que es semejante y por el cual se encuentra ligado (*phylum*). Esto nos lleva a entender que cada persona es responsable de los otros, y en él hallamos una corresponsabilidad. Gracias a ese esquema puede el “yo”, por el hecho de pertenecer a una especie, poseer una realidad que le ha sido transmitida y a partir de la cual puede desarrollarse como ser humano.

El pensamiento de Lévinas puede ser esclarecedor para este esquema de filiación, puesto que entiende que la responsabilidad por el “otro” es anterior a la realización del ser, es anterior a su propia libertad, en un sentido que él va a considerar la verdadera metafísica³⁴³. Como heredero del existencialismo, va a integrar este hecho como un modo de acceder a la persona en un nivel que está más allá del ser. Su dificultad se encuentra en el análisis que realiza al mezclar lo fenomenológico de la conciencia de ser responsable de “otro” y el fundamento de la responsabilidad ante “otro”³⁴⁴.

Ahora bien, el ser humano no sólo se *auto-realiza* conforme al esquema de filiación de otro frente a él, sino que lo hace también a partir de las posibilidades que sus predecesores le han transmitido. De este modo, podemos afirmar que el ser humano tiene una capacidad de transmisión por medio del lenguaje que le ha sido dada, constituyéndolo así en un ser con posibilidades y capacidades. Con esas herramientas podrá el *sí mismo* elaborar su propio proyecto.

Por tanto, estamos llamados a velar por nosotros mismos y por nuestra identidad, apoyándonos en la permanencia de una memoria histórica que garantice la comprensión coherente de nuestra vida. No se trata, como nos diría P. Ricoeur, de establecer la identidad variable del sujeto de una vez y para siempre, sino de una *ipseidad* que incorpore las diferencias y transformaciones que van construyendo nuestra propia vida³⁴⁵.

³⁴³ Cf. Lostao, E. (2011): *La postmodernidad absoluta. Intersubjetividad y ontología desde “Totalidad e Infinito” de Lévinas*, Granada, Comares.

³⁴⁴ Cf. Lévinas, E. (1987): *De otro modo de ser o más allá de la esencia*, Salamanca, Ed. Sígueme, pp. 52-54.

³⁴⁵ Cf. Ricoeur: *Sí mismo como otro*, p. 125. Recordemos que se trata de lo que el autor denomina “identidad narrativa”. Véase también, en: Ricoeur, P. (1995): *La critique et la conviction. Entretien avec François Azouvi et Marc de Launay*, Paris, Calmann-Lévy, pp. 137-138.

Véase que la idea que deseamos subrayar es que la transmisión por pertenecer a un texto comunitario se encuentra con una tradición que lo sitúa en el momento presente que le ha tocado vivir. De ahí, que entendamos que el ser humano se hace cargo incluso de esa transmisión que ha llevado a su contexto a ser lo que es y que le capacita a él mismo para su valoración. En definitiva, el ser humano es responsable de la historia que otros le han legado. Ésta es la razón por lo que afirmábamos que el “otro”, la sociedad y la historia son objetos propios de la responsabilidad.

Tercero. Hemos partido de la premisa por la cual dábamos cuenta del ser humano como un individuo que posee sus objetos de responsabilidad y que responde a la felicidad, el proyecto de vida, la personalidad de cada uno y de los otros, su libertad, la sociedad y la historia. Ahora bien, no podemos olvidar que el sujeto de responsabilidad no es sólo él mismo como individuo, sino que cuenta con la sociedad y la tradición.

De este modo, no partimos de un individuo único y solpísta, sino que entran en juego otras dos dimensiones en los nuevos objetos de responsabilidad: la sociedad y la historia:

- (1) La sociedad es responsable de cómo configuran las personalidades de sus miembros, de los usos y hábitos que mantiene y de los modos de vida que transmite.
- (2) Y en lo que respecta la historia se refiere a que la sociedad ha de responsabilizarse de las tradiciones que entrega y, desde ellas, de las capacidades y posibilidades que llega a las generaciones futuras a través de las cuales se configuran los distintos modelos de ser humano que el hombre tendrá a su alcance.

Hemos dado cuenta de los objetos de la responsabilidad, y de ahí que nos preguntemos, ¿hacia dónde nos conducen?, ¿cuál es el alcance de la responsabilidad? Como bien hemos afirmado, la responsabilidad alcanza al individuo, a la sociedad y a la historia. Es así que podemos hablar de responsabilidad individual, de responsabilidad social y de responsabilidad histórica. Pero si tenemos en cuenta los objetos de responsabilidad que hemos visto, ésta realmente alcanza a todo lo que el hombre realiza, ya sea a título personal, como social, o como generación histórica. Por ello también podríamos hablar de una responsabilidad económica y política, así como de la

responsabilidad tecnológica y su repercusión en el medio ambiente, como principales áreas a las que pueda alcanzar la responsabilidad.

a) Responsabilidad histórica

La historia es un proceso de producción de capacidades, y esta es una de las razones que nos han llevado a afirmar la responsabilidad que conlleva la historia. Ahora bien, uno de los motores del proceso histórico es la economía. De ahí que tengamos que aceptar que la *responsabilidad histórica* alcanza también a la actividad económica. No puede ser de otro modo ya que, según enfoquemos desde un centro u otro el proceso histórico, abriremos unas posibilidades y nos cerraremos a otras. El filósofo jesuita Ignacio Ellacuría hace referencia a ello, afirmando que:

*«La carta, por ejemplo, del desarrollo y del consumo como motor fundamental del proceso histórico ha obturado, sin duda, otras posibilidades de vida, de momento, social y mundialmente irrecuperables»*³⁴⁶.

b) Responsabilidad política

Comprendida la responsabilidad histórica también podríamos señalar la responsabilidad política, que se manifiesta como un proceso de captación. La historia es considerada como la realización de un poder que remite al poder de lo real, pero también es un poder que la persona tiene y otorga a la realidad. El hombre depone un poder en la realidad que libremente elige para, de esta forma, apropiarse de las posibilidades que en ésta descubre. Este poder comienza como voluntad de poder, propio de la persona, y se extiende a lo social y a lo histórico produciendo una posibilitación y un capacitación. Ahora bien, si este poder es, al igual que con la economía, productor de capacidades, sería lógico afirmar que se puede hablar de *responsabilidad política*.

c) Responsabilidad tecnológica

Y por último, podemos hablar de cómo la responsabilidad se extiende al uso de la técnica y a los efectos que ésta pueda tener en nuestro mundo. El hombre mediante la técnica, afirma el profesor Conill:

*«[...] inventa realidades y tiene poder sobre ellas, un poder que crece de forma ilimitada. Así, pues, el hombre es un animal que tiene mucho que decir y mucho que hacer. Y precisamente por eso tiene mucho –cada vez más– de lo que responder»*³⁴⁷.

Efectivamente, ese poder de la técnica nos podría llevar incluso a reemplazar a la naturaleza. De ahí, que el uso de la técnica tolere inherentemente una responsabilidad.

³⁴⁶ Ellacuría: *Filosofía de la realidad histórica*, p. 436.

³⁴⁷ Conill, J. (1991): *El enigma del animal fantástico*, Madrid, Tecnos, p. 224.

De ahí que suscribamos otro alcance de la responsabilidad: ante las futuras generaciones.

En el siglo XXI las cosas han cambiado respecto a cómo ha sido entendida en otros momentos de la historia. La grandeza de la tecnología ha ofrecido una nueva forma de entender el sentido de la realidad y del ser humano como nunca antes se había planteado. ¿Qué tiene de especial esta nueva idea para el alcance de la responsabilidad? Justamente que ha introducido nuevos objetos y ha ayudado a dar lugar a una nuevas consecuencias. De este modo, el mundo se transforma en un nuevo panorama. Su consecuencia ha sido el envejecimiento de los viejos discursos de la acción. Sobre esta cuestión el filósofo Hans Jonas sostiene que,

«Tanto el saber como el poder eran demasiado limitados como para incluir en su previsión el futuro remoto y ara incluir en la conciencia de la propia causalidad el globo terráqueo»³⁴⁸.

Efectivamente, hubo un tiempo en que era impensable atreverse a pensar acerca de las consecuencias remotas que en un destino desconocido pudiera tener nuestras acciones. Aquella ética deseaba centrarse en el valor moral del acto en situación concreta para tener en cuenta a otro o una institución. Sin embargo, Jonas afirma que,

«La naturaleza de la acción humana ha cambiado de facto. Se le ha cagado un objeto de orden totalmente nuevo, nada menos que la entera biosfera del Planeta, de la que hemos de responder, ya que tenemos poder sobre ella. ¡Y es un objeto de tan imponente dimensiones que todo objeto anterior de la acción humana se nos antoja minúsculo! La naturaleza, en cuanto responsabilidad humana, es, sin duda, un “novum” sobre la cual la teoría ética tiene que reflexionar»³⁴⁹.

2.5.- Persona o instancia ante la que se responde

Como venimos afirmando, el ser humano es una realidad que tiene que apropiarse de posibilidades para realizar su vida (*auto-realización*). A esta realidad es a la que hemos denominado moral. Esto es, una realidad a la que compete tener propiedades por apropiación, y precisamente porque el hombre ha de apropiarse de estas posibilidades es por lo que ha de justificar esta apropiación. En efecto, *«El hombre ha de justificar la creación de unas posibilidades y la obturbación de otras, ha de justificar la posibilidad preferida y ha de justificar, sobre todo, la actitud general frente a*

³⁴⁸ Jonas: *El principio de responsabilidad*, p. 16.

³⁴⁹ Op. cit., p. 33.

*distintos sistemas de posibilidades, en cuanto esta actitud condiciona la decisión moral fundamental de su vida: lo que va a ser él porque es lo que quiere ser»*³⁵⁰.

Esto nos lleva a entender que el hombre sea responsable de su apropiación y que lo sea precisamente porque tiene que responder de sus actos justificándolos. Así como en el animal los estímulos provocan respuestas adecuadas y hay en él un ajustamiento perfecto al medio, para el caso del ser humano, como sostiene el José Luis Aranguren:

*«El organismo humano, a fuerza de complicación y formalización, no puede ya dar, en todos los casos, por sí mismo, respuesta adecuada o ajustada, y queda así en supuesto ante los estímulos, “libre-de” ellos. [...] El hombre, para subsistir biológicamente necesita “hacerse cargo” de la situación, habérselas (concepto de “habitud”) con las cosas –y consigo mismo- como “realidad” y no meramente como estímulos»*³⁵¹.

El hombre no se encuentra en su naturaleza ese ajuste que el animal sí posee, y por tanto, le toca hacerlo a él. Obsérvese, que pasamos así de la justeza propia de los animales a la justificación moral propia del hombre como la primera razón por la que ha de responder de sus actos. Podríamos incluso hasta llamarla la primera razón de la responsabilidad.

La segunda razón de la responsabilidad del hombre es su propia felicidad. Por su propia naturaleza el ser humano se ve lanzado -que no arrojado- a tener que responder de las posibilidades que se apropia. Ésta podría ser la razón física de la responsabilidad. Sin embargo, esta apropiación la realiza con el objetivo de conseguir un fin puesto que no proviene de la naturaleza ni de ninguna instancia superior a él mismo, sino que es la finalidad que él mismo se marca. Ahora bien, que sea una meta marcada por él mismo no significa que sea optativa y que pueda prescindir de ella. El hombre, precisamente por su indeterminación biológica y por hallarse en la realidad -por ser animal racional de realidades-, no solo se hace cargo de su realidad y carga con ella, sino que se encarga de la misma. La vida del hombre sólo tiene un modo de ser viable y únicamente a partir de la responsabilidad es como puede hacerla continuamente. El hombre es inexorablemente proyecto, puesto que no puede escaparse de esta condición pues hasta el intento de no proyectar la propia vida es ya en sí un proyecto. Y como tal, se encamina siempre hacia una meta, o hacia una figura proyectada, o hacia aquello que considera su bien plenario.

³⁵⁰ Ellacuría: *Filosofía de la realidad histórica*, p. 276.

³⁵¹ Aranguren, J.L. (1958): *Ética*, Madrid, Alianza, p. 47.

En efecto, el hombre camina siempre hacia su felicidad, y en este caminar en el que realiza su personalidad se encuentra ligado a su propia felicidad, estando también, por lo mismo, obligado a alcanzarla. De este modo, podemos concluir que la felicidad del hombre (el intento de alcanzar la forma de vida plena) se convierte en su tarea de vida como una de las razones por las que se es responsable. Por tanto, el hombre es responsable porque está ligado y obligado a la felicidad.

La razón física de la responsabilidad es la justificación que ha de realizar el hombre de la realidad que se apropia y su razón moral es sobre aquello que justifica esta apropiación. A saber: el proyecto que el hombre realiza para alcanzar su propia felicidad. Pues bien, en este sentido moral, también encontramos a la libertad como la tercera razón de la responsabilidad. Efectivamente, el hombre determina su voluntad libremente para realizar sus elecciones, a pesar de que se apoyen en *pre-tensiones* y en *pre-ferencias*, parte de la voluntad de poder que el hombre ejerce sobre sí mismo para ser dueño de sí. Al actuar libremente ya no podemos hablar de determinación sino de autodeterminación, ya que es el mismo hombre quien se determina a sí mismo y porque sus acciones son ejecutadas de un modo libre. De ahí que podamos concluir que el hombre es responsable de las mismas.

Por tanto, justificación, felicidad y libertad son, de este modo, las tres razones por las que afirmamos que el hombre es responsable. Ahora bien, éstas se apoyan en una razón mucho más profunda y fundante. Nos estamos refiriendo a la religación, pero no en sentido teológico, sino desde el sentido zubiriano. Efectivamente, hemos visto cómo el hombre se encuentra ligado a su felicidad, ya que es la razón por la cual se encuentra *ob-ligado* a conseguir su forma vida plena. En él encontramos una obligación para con su propio proyecto y para con su personalidad, y por ello podemos hablar de responsabilidad.

Ahora bien, esa responsabilidad encuentra una ligadura mucho más profunda a sí: su *auto-realización*. El hombre es una realidad personal por medio del apoderamiento de lo real, en el que paradójicamente, le deja solo frente a la realidad, y este apoderamiento sólo se da ligando al hombre al poder de lo real. Esto es lo que Zubiri entiende por religación³⁵².

³⁵² Recordemos que al estudiar el tema de Dios en la Filosofía de Xavier Zubiri, nos encontramos con uno de sus aspectos más interesantes: “la religación del hombre” como ser personal.

Véase que aquí estamos considerando el tema que nos ocupa en una experiencia que una conceptualización, puesto que la experiencia de estar religado -en el sentido zubiriano- al poder de lo real es tan importante que afecta al todo de la realidad humana y es la raíz misma de la realidad personal. De ahí, que en la religación encontremos «*la razón de que cada cual llegue a ser reamente no sólo un “yo”, sino mi “yo”*»³⁵³. Es, justamente, en esta experiencia de religación donde el hombre descubre el fundamento de la realidad y de su propia realidad. Supone la fundamentación última de la realidad, y por ser experiencia de religación, el hombre descubre el fundamento de la realidad y de sí mismo.

Efectivamente, la religación supone la fundamentación última de la realidad, y por ser experiencia del poder de lo real al cual el hombre se encuentra ligado, es también la fundamentación y la razón última de la responsabilidad. Por el mismo hecho por el cual afirmamos que el ser humano es una realidad religada, es por lo que afirmamos que existe una realidad *ob-ligada* y como tal realidad responsable de ella.

De este modo, comprendemos que la religación se convierte en el fundamento de responsabilidad del hombre para con la realidad y para con él mismo, como realidad personal, pero también se puede convertir en la razón de la responsabilidad para con los demás. Si entre el hombre y la realidad encontramos una *ligatio*, también la encontraremos entre el hombre y los demás, ya que éstos han de ser considerados como realidades, en este caso realidades personales. Vemos, de este modo, que entre los seres humanos existe una *ligatio* que genera una *obligatio*. Desde la religaciones del hombre con la realidad podemos convertir un vínculo entre los seres humanos que los hace responsables los unos de los otros.

2.6.- ¿De qué actos se es responsable?

Una vez analizado el sujeto de la responsabilidad y el objeto de la responsabilidad, la persona ante la que se es responsable y la razón por la que se responde, sólo nos queda, siguiendo el hilo conductor que nos había marcado, delimitar de qué actos el hombre es responsable.

Para empezar debemos de afirmar que el hombre es responsable de todos los actos que realiza. Esta postura está lejos tanto de las afirmaciones clásicas, que ponían el acento en la libertad individual o en la libertad de obediencia; como de las modernas,

³⁵³ Ferraz Fayos, A. (1988): *Zubiri: el realismo radical*, Madrid, Cincel, p. 205.

que lo ponen en la intención del acto, o las teorías de la responsabilidad más recientes que la sitúan en las consecuencias.

Si nos fijamos en estas últimas, descubrimos que el hombre únicamente sería responsable de aquello que, o bien ha realizado libremente, o bien ha sido concebido por él con una intención determinada. De este modo la consecuencia más remota sería, por un lado, encuadrar la responsabilidad como una intención con la que se realiza un acto. Y por otro, la responsabilidad caería en las consecuencias del acto, por lo que hablaríamos de acción responsable cuando se hubiesen tenido en cuenta y se aceptasen todas las posibles consecuencias que de la acción se derivasen.

Ahora bien, estas posturas, aun siendo ciertas, no explican suficientemente el fenómeno de la responsabilidad, ya que el hombre también puede ser responsable de aquello que ha realizado de un modo carente de libertad, independientemente de la intención que éste haya tenido a la hora de realizar el acto y pasando por alto si está dispuesto a asumir o no las consecuencias que provengan de su acción.

El hombre siempre es responsable y esto es así por dos razones. *Primero*, porque la responsabilidad pertenece a su estructura física. Es una regla propia del hombre. Podemos hablar, por tanto, de una responsabilidad de carácter físico, en contraposición al carácter responsivo del animal, puesto que no tiene más opción que actuar responsablemente. Esto es, justificando sus actos³⁵⁴.

Y la *segunda* razón es que el hombre se ve empujado por su realidad personal a apropiarse de las posibilidades que encuentra y crea en la realidad. Esta apropiación pasará a formar parte de la naturaleza humana, de su realidad, así se producirá una naturalización de la realidad deseada por el hombre, la cual tiene evidentemente unas consecuencias que serán físicas. La apropiación de estas posibilidades, que tienen unas consecuencias en su ser, han de ser justificadas.

El hombre es, por tanto, responsable de sus actos de apropiación, sean estos realizados libremente o no, con o sin intención, ya que éstos configuran su personalidad. Ahora bien, este tener propiedades por apropiación es lo que hemos llamado realidad moral. Por tanto, a este tipo de responsabilidad que emana de la apropiación habremos de llamarla responsabilidad moral, en contrapartida a la responsabilidad de carácter físico de la que hablábamos antes.

³⁵⁴ Esta idea va en contrapartida a la realidad meramente animal que tan sólo responde de una manera más o menos determinada ante los estímulos que recibe. Es así, que podamos afirmar que no hay acto en el hombre que no sea responsable.

En este tipo de responsabilidad, que hemos llamado moral, sí puede tenerse en cuenta la libertad y la intención, incluso podríamos afirmar que alguien que realiza un acto de apropiación sin libertad no es moralmente responsable. Sin embargo, cuando afirmamos esto no estamos sosteniendo que quien actúa sin libertad no realiza una acción ni mucho menos que no se apropia de una realidad. Lo que estamos diciendo es que, aunque la realidad a la que ha dado lugar su apropiación no la deseada, no podemos imputarle a quien la ha ejecutado una responsabilidad.

Desde nuestro punto de vista, esta forma de expresarnos puede resultar ambigua ya que estamos afirmando igualmente que una persona es responsable y que no lo es. Creemos que lo más honesto sería distinguir entre responsabilidad y culpa, puesto que persona de la que hablamos no sería culpable de su apropiación, aunque sí sería responsable, ya que ha de justificar la razón de por qué le sucedió lo que le pasó.

De este modo, en el hombre todo es moral porque no hay nada que no sea apropiación de la realidad, pero tampoco hay nada que no sea responsable, ya que toda su acción será objeto de responsabilidad. Ahora bien, esto no significa que al hombre se le deban de imputar todas sus acciones calificándolo como culpable o inocente. En este sentido, también sería honesto huir de un concepto de responsabilidad que se identifique principalmente con la imputación causal de los actos ejecutados. Se trata de separar el concepto jurídico de responsabilidad del concepto moral. De esta separación puede entenderse que no es ninguna contradicción afirmar que el hombre es responsable de todos sus actos.

En resumen, el hombre es responsable de sus actos por una habitud que le es propia. Y por la misma razón por la que afirmamos que el ser humano es un animal racional de realidades, también podemos decir lo mismo de su realidad personal y realidad moral. De ahí que podamos concluir que por tener la capacidad de responsabilidad, el hombre tiene una responsabilidad a la que podemos llamar moral. Desde aquí podemos afirmar que el hombre también es moralmente responsable de todos sus actos, aunque por supuesto, esto no significa que se le tenga que imputar jurídicamente la responsabilidad de todos ellos.

2.7.- La perspectiva de la responsabilidad ética

Hemos dado cuenta de nuestra intuición que una actitud responsable incluye la preocupación por el “otro”. Efectivamente, ese “otro” se convierte en términos

jurídicos, en un sujeto de derechos; y en temas morales, en un sujeto de estima y respeto, como afirmaba Ricoeur en su libro “Lo justo”.

Recordemos que desde su sentido jurídico-legal, el tema de la responsabilidad se centra fundamentalmente en los efectos de la acción y su necesaria reparación si esos efectos han sido dañinos para los otros afectados. La conocida fórmula de la responsabilidad (*atribución-imputación-retribución*) sintetiza de este modo el círculo que debería recorrer una acción jurídica justa ligada a los derechos humanos cuando se identifica al agente responsable. Este círculo, además, puede cruzarse con el nivel moral en tanto aparezca, en el horizonte de la acción realizada, la culpa o la recompensa vehiculada por la conciencia del imputado.

Éste es justamente el argumento ricoeuriano al considerar que la idea de la responsabilidad ha sufrido una renovación en el plano jurídico, puesto que su estrategia consistió justamente en separar, por lado, las nociones de castigo y, por otro, la de falta. Su despenalización trae como consecuencia una responsabilidad sin falta e incluiría, en su lugar, conceptos tales como solidaridad, seguridad y riesgo. De este modo, se evitaría la idea de culpabilidad.

El fenómeno de la des-responsabilización trae como consecuencia el eludir responsabilidades a merced de la falta de valores y de objetivos vitales que llevan aparejada una mala interpretación de la libertad. En efecto, tanto la posmodernidad como sus argumentos antisubjetivistas -involuntariamente o no- han facilitado coartadas elocuentes para que los individuos de una sociedad no asuman responsabilidades, argumentando así la infantil costumbre de mirar hacia otro lado cuando alguien apela a nuestra responsabilidad. Recuperar la responsabilidad ante nosotros mismos, ante el otro y ante el mundo que nos rodea, significa en primer lugar restablecer el lugar central de la identidad del agente respecto al sentido de su acción. Por tanto, la responsabilidad es siempre personal e intransferible, pero, previamente, debemos haber establecido los límites de nuestra identidad personal.

Estamos de acuerdo en esta crítica sobre si este cambio desde la falta hacia el riesgo no traería –para el campo del derecho- una total des-responsabilización de la acción. Pensemos que la definición de riesgo desplaza el foco de atención desde el autor del daño hacia la víctima y su recuperación en la indemnización³⁵⁵. Tal como sostiene

³⁵⁵ Esta postura es fundamental para las alternativas que ofrecen las “Teorías de la compensación”. Siendo así, De este modo, acaba siendo finalmente la responsabilidad como una apreciación objetiva del daño en

Ricoeur, esto vuelve sutil el paso de la decisión en la acción hacia la fatalidad, anulando de este modo el concepto original de responsabilidad,

«[...] en los procesos que dan lugar a la indemnización, son las relaciones contractuales las que están mayoritariamente en juego [...] si la victimización es aleatoria, su origen tiende también a serlo, en virtud del cálculo de probabilidad que sitúa todos los casos bajo signo del azar. Sí, desconectada de una problemática de la decisión, la acción se ve ella misma colocada bajo el signo de la fatalidad, lo cual es exactamente contrario de la responsabilidad. La fatalidad no es nadie, la responsabilidad es alguien»³⁵⁶.

Si seguimos la pista ricoeuriana del sentido ético de la responsabilidad aparecen dos nuevas situaciones que introducen el tema de la estima y el respeto.

En *primera instancia*, la responsabilidad ya no se basa únicamente en la imputación. Ya no se preocupa en encontrar los autores del daño obtenido, sino que toma en consideración la presencia de “otro”. Intentando salir de cualquier planteamiento solipsista, entendemos que se es responsable por el prójimo; es decir, por aquellos con los que se entabla algún tipo de relación. Desde este punto de vista, encontramos la existencia de un autor de la acción y aquel que la padece. Y justamente ahí es cuando aparece la idea del “cuidado del otro” como la intención ética del sujeto actuante sobre el sujeto vulnerable, real y posible.

Y como *segunda instancia*, la responsabilidad parece expandirse de modo tal que tiene ahora alcances ilimitados. Las acciones cotidianas y sus efectos *ligan* no solo con los presentes, sino con los que vendrán. En otras palabras, aquellos con hombres con fragilidad futura y con un ecosistema amenazado.

Tengamos en cuenta que Hans Jonas es el exponente más representativo de esta lectura de la responsabilidad con extensión de alcance infinito (el futuro). El nuevo imperativo ético jonasiano reza del siguiente modo: *«No pongas en peligro las condiciones de la continuidad indefinida de la humanidad en la Tierra»*. O también: *«Obra de modo tal que los efectos de tus acciones no sean destructivos para la futura posibilidad de esa vida»³⁵⁷*. Sin embargo, a Ricoeur le parece que esta extensión ilimitada vuelve inoperante la responsabilidad misma, ya que la responsabilidad orientada hacia el futuro diluye la relación del agente con los efectos de la acción, donde

detrimento de una evaluación subjetiva. Según esta teoría, cualquier persona situada en un entorno de riesgo adapta su comportamiento a los cambios del nivel de riesgo que percibe.

³⁵⁶ Ricoeur: *Lo justo*, p. 58.

³⁵⁷ Jonas: *El principio de responsabilidad*, p. 40.

el sujeto atesta de sí designándose precisamente como el autor de tal acción ante la interpelación del otro próximo.

En este panorama tan extendido de la responsabilidad donde el agente actuante parece ser responsable por todos y por todo, aparece una primera pregunta que sobreviene como colorario en la fenomenología de la acción del ser humano. A saber:

«¿Hasta dónde se extiende en espacio y en tiempo la responsabilidad de nuestros actos? [...] ¿Hasta dónde se extiende la cadena de los efectos perniciosos de nuestros actos que podemos considerar implícitos en el principio, el comienzo, el inicio del cual un sujeto es tenido como autor?»³⁵⁸.

2.8.- La prudencia como responsabilidad

Teniendo en cuenta lo que hasta el momento hemos contemplado entendemos que no existen acciones privadas propiamente dichas, puesto que establecer el límite determinado en la cadena de efectos virtualmente infinitos de una acción se nos convertiría en una inversión paranoica. Y esto lo afirmamos así por tres razones. En *primer lugar*, porque el sujeto es quién se interroga a sí mismo: ¿hasta dónde el carácter “mío” de las consecuencias de la acción realizada? En efecto, la intención ética de la responsabilidad avanza una paradoja entre dos posibilidades: entre el agente que ignora las consecuencias extendidas de su acto³⁵⁹, y entre el que se hace cargo de todas ellas, incluidas las opuestas a la intención original. Sin embargo, tal como recuerda Ricoeur, la responsabilidad no tiene que ver ni con un acto negligente y deshonesto (la ignorancia de los posibles efectos), ni con el fatalismo exacerbado (la asunción indiscriminada de los posibles efectos).

En *segundo lugar*, porque la dimensión intersubjetiva supone incluir el principio fenomenológico de la reciprocidad, puesto que, ubicada en primer plano, da cuenta de una contundente paradoja humana: por un lado, cada uno reconoce al otro como “*sujeto capaz de*”,³⁶⁰ como aquel que puede hacer, desear, narrar, decidir. Y por otro, desde el punto de vista fenoménico, esa capacidad se desarrolla en los múltiples dominios de intervención humana. A saber, es el poder de decidir sobre el curso de los

³⁵⁸ Ricoeur: *Lo justo*, p. 61.

³⁵⁹ «[...] aquello que Robert Spämann denomina efectos colaterales (en el sentido en que hablamos de efectos secundarios de un mecanismo)»: Ricoeur: *Lo justo*, p. 64.

³⁶⁰ Ricoeur retoma el concepto de hombre capaz para hablar del sujeto ético en el sentido del *conatus* spinoziano. Recordemos que para Spinoza la idea de ética como *conatus* es «toda sustancia finita que se esfuerza por existir y preservarse» (1957, Proposición VI).

acontecimientos o de influenciar sobre otros. Es el poder de reunir la vida en una narrativa subjetiva, otorgando sentido a los propios actos y reconocerse como su autor. De este modo, “el ser capaz de” reafirma y reivindica al sujeto, porque se presenta como convicción práctica. El sujeto se designa a sí mismo como aquel que puede³⁶¹.

Y en *tercer lugar*. A cada forma de capacidad de autonomía, siempre corresponde una figura determinada de fragilidad humana y de vulnerabilidad. Si la “capacidad” es una potencia mayor, donde el hombre es el que se reafirma y el que atestigua con su acción su existencia y su identidad; la “vulnerabilidad”, por el contrario, aparece como una potencia menor, ya que demuestra los límites de cada uno. En definitiva, en la relación intersubjetiva, cada uno es –alternadamente- el que puede y el que padece la acción del otro.

Por tanto, habiendo dado cuenta de la problemática en la que se encuentra la responsabilidad en estos aspectos analizados por Ricoeur, entendemos que no se oponen, sino que se complementan en una visión antropológica donde, «*la autonomía es la de un ser frágil y vulnerable. Y la fragilidad no sería más que una patología, si no fuera la fragilidad de un ser llamado a llegar a ser autónomo, porque lo es desde siempre de una cierta manera*»³⁶².

Efectivamente, la acción responsable ni implica únicamente la prevención y la precaución de posibles daños o efectos no queridos, sino que implica el ejercicio de la prudencia en su sentido aristotélico.

¿Qué tiene que ver en este entramado la prudencia en sentido aristotélico? Frente a los conflictos e incertidumbres, que tras este entramado de relaciones humanas y donde los agentes-pacientes deberán ser fuente de respeto mutuo bajo el principio de reciprocidad, la respuesta ricoeuriana retoma la vía de la *prhónesis* aristotélica o virtud de la prudencia. Sin ninguna intención nostálgica premoderna, Ricoeur apela a la “razón prudencial” en función de que la acción humana no quede atrapada en los límites de lo legal³⁶³.

Recordando el pensamiento aristotélico y la reformulación de MacIntyre, entendemos la *prhónesis* como la virtud intelectual que le permite al individuo moverse en el marco de “lo que se puede ser de otra manera”. Es decir, deliberar y elegir entre lo

³⁶¹ Cf. Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 24-25.

³⁶² Ricoeur: *Lo justo* 2, p. 71.

³⁶³ Ésta es justamente la idea que defiende el profesor D. Moratalla en la introducción, en: P. Ricoeur, *Lo justo* (Caparrós, Madrid 1999) 9-15.

contingente. Aristóteles lo define del siguiente modo: la prudencia es «una disposición verdadera, acompañada de razón, relativa a la acción en las cosas buenas para el hombre»³⁶⁴. Efectivamente, el prudente es, pues, el que actúa deliberando desde su mundo interior espacial para imaginar y configurar las distintas posibilidades entre la que hay que elegir, en función de lo que llama “el *“vivir bien de la polis”*”. Aristóteles afirma en “Ética a Nicómaco”:

*«La prudencia [...] atañe a las cosas humanas y a aquellas sobre las que es posible deliberar. Porque la actividad del prudente decimos que es, sobre todo ésta. Deliberar bien. Pero nadie delibera sobre las cosas que no pueden ser de otra manera; ni sobre cuanto carece de una finalidad –y ésta como un bien que se consigue mediante la acción-. Y el buen deliberador, en general, es el que alcanza, siguiendo razonamiento, la mejor de las cosas alcanzables por el hombre mediante la acción»*³⁶⁵.

Efectivamente, para Aristóteles la prudencia no es algo distinto de lo que es para los filósofos morales contemporáneos la razón práctica: el ejercicio deliberativo destinado a orientar la actuación humana. El prudente es, pues, aquella persona que actúa de manera deliberada desde su mundo interior y en función de su obrar.

Tengamos en cuenta que Aristóteles aclara lo que es el término deliberación, puesto que la entiende como una especie de rectitud, que no es propia de la ciencia ni de la opinión. La buena deliberación es la rectitud de la buena voluntad que alcanza un bien. El deliberar rectamente es propio de los prudentes, la buena deliberación será una rectitud conforme a lo conveniente, con relación a un fin, cuya prudencia es verdadero juicio³⁶⁶.

Si esta idea la intentáramos pensar para el mundo de la empresa, ¿sería posible plantear esta propuesta sobre la prudencia para una organización que *a priori* no tendría que sería moral? Desvelemos a continuación la idea de lo que hasta el momento hemos realizado para entender a la empresa responsable como la empresa virtuosa.

III.- LA EMPRESA VIRTUOSA COMO EMPRESA RESPONSABLE

Comencemos nuestro análisis buscando el espacio en el que se tiene que encarnar la responsabilidad de la empresa. Recordemos que en muchas ocasiones, en esta investigación hemos afirmado que la finalidad de la empresa parte de la base de una

³⁶⁴ Aristóteles: (2008): *Ética de Nicómaco*. Libro VI, 1140b, Madrid Alianza editorial, pp. 187-188.

³⁶⁵ Op. cit., Libro VI, 1141b, p. 190.

³⁶⁶ Cf. Op. cit., Libro VI, 1141a-b, pp. 192-193.

identidad que se encarna como sistema social a partir de la combinación entre recursos humanos y materiales para el logro de sus fines en términos de coordinación y distribución de trabajo. Hemos dado cuenta en el capítulo I sobre la idea de que la empresa es una organización con una doble finalidad: (1) proporcionar bienes y servicios a la sociedad, y (2) crear una hoja de ruta rentable para el mantenimiento de un equilibrio económico para su supervivencia en los espacios del mercado donde pueda recibir recursos y responder a sus compromisos.

Por tanto, una organización, desde esta perspectiva, es un espacio de relaciones en el que unas personas trabajan en el mismo sentido para lograr unos fines concretos. De ahí, que entendamos que en una organización existen personas que buscan un fin y actúan a partir de una libertad asumida y responden desde una responsabilidad de hacerse cargo en su instancia justa. De esta idea descubrimos la necesidad de actuar a partir de una racionalidad práctica poniendo los medios adecuados a los fines previstos. En ese espacio se asume que no todo fin es justificado por cualquier tipo de medio, puesto que la libertad de elección es la determinación de fines y medios, siendo ahí donde la ética toma partido en el universo de la empresa con un papel fundamental. Analicemos poco a poco esto que queremos exponer para entender el contexto de la responsabilidad en la empresa, comprendiéndola como sujeto ético social en medio de una cultural organizativa.

3.1.- La empresa como sujeto ético social

Efectivamente, la empresa como conjunto de personas se constituye a sí misma como algo más que un puzle. Por esta razón, nos atrevemos a afirmar que tenga autoridad -como sujeto ético- para proyectar sus fines propios y específicos en la realidad en la que está inscrita. Sobre esta idea, evidentemente nos oponemos al modelo de empresa condicionado por el determinismo mercantil, puesto que así como la libertad es la encargada para la elección de fines, para su despliegue en la realidad se establecerán una serie de medios que estarán condicionados y elegidos para su consecución. Esta es la razón por la que no existe una *ciencia management*³⁶⁷ que tenga

³⁶⁷ Un interesante ensayo sobre esta clase de *ciencia management* por parte del profesor Wiliam Loyola, postula que: «La ciencia de la administración está atrapada en las redes de la ambición y nobleza de la humanidad, en la tensión de un esquema que busca riqueza individual y sustentable prosperidad general. Esto complica el trabajo en mi opinión, ya que las unidades de análisis utilizadas como las personas, grupos, organizaciones son agentes que piensan, actúan y se adaptan; lo cual lo hace difícil de predecir.

absoluta autoridad para determinar *qué* fines deben de aplicarse en la empresa y *quiénes* tienen la autoridad de que tales fines sean elegidos. Si así fuera, el papel de la ética empresarial no tendría ningún sentido. No existe ninguna ciencia, ley o mercado que pueda establecer una única forma de ser para confeccionar un modelo de empresa, puesto que nos llevaría a imponer fuertes condicionamientos en la misma y un absurdo papel de la ética empresarial.

Así como una persona asume sus condiciones concretas de existencia en su toma de decisiones incorporándolas como suyas en un marco de libertad y responsabilidad, la empresa -como organización o instancia- debe asumirlas igualmente en un espacio de relaciones internas y externas. La empresa debe ser comprendida como una organización, y no como un conglomerado de personas. De ahí, que podamos entenderla como un *sujeto-ético-social* con capacidad para decidir por cuenta propia, aunque los matices sean distintos al de la ética individual.

Recordemos que en el primer capítulo dimos habida cuenta de estas claves sobre la relación entre ética personal y ética social. A partir de ahora quisiéramos detenernos brevemente para descubrir su argumentación a partir de la tesis que nos ofrece José Luis Aranguren cuando afirma que la ética, considerada en sí misma, es primariamente personal. Comprende que es el sujeto individual quien -desde dentro de la situación que, en cada momento de su vida, se encuentre- ha de proyectar y decidir lo que va a hacer. Sin embargo, sigue el autor:

«Si el hombre es, como nos hace ver todo el pensamiento actual, constitutivamente social, ¿cómo no había de ser su moral? [...] La moral ha de ser realizada en la sociedad y por la sociedad. La moral es constitutivamente social. La “ética social” no es un aditamento, o una aplicación de la “ética general”, concebida primariamente como individual. La ética es, en cuanto tal, personal y social. Lo personal y lo social son primarios en ella, e inseparables de ella»³⁶⁸.

En efecto, el origen y el fin esencial de la vida social es justamente la conservación y el perfeccionamiento de la persona, como afirmaría el filósofo francés Jacques Maritain: *«La vida social está naturalmente ordenada al bien y a la libertad de*

No son como las unidades del laboratorio». Véase, en: Loyola, W. (2011): “¿Es el Management una ciencia?”, en: *Coffe Break, opinión desde la Academia*, 7 (mayo). Disponible, en: http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/coffee_break/esmanagamentunaciencia.pdf [conectado: 7 de diciembre de 2014].

³⁶⁸ Citado, en: Martínez Huerta, M. (2000): *Ética con los Clásicos*, Ciudad de México, Editorial Plaza y Valdés, p. 111.

la persona»³⁶⁹. Por esta razón, todas las instituciones sociales deben servir para este fin, y solo desde ahí la organización tendrá un papel como sujeto ético social. Diferenciamos entre instituciones sociales de (1) *integración moral* como la familia, la sociedad civil, u ONGs, de (2) *conservación moral* como la empresa, la religión y los Medios de Comunicación y de (3) *superación moral* como el Estado, la Escuela o la Universidad que deban tomar lo verdaderamente humano como criterio universal. De ahí, que veamos lícita la afirmación que nos ofrece el teólogo suizo Hans Küng, cuando entiende que:

«Moralmente bueno sería, pues, lo que, tanto en su dimensión individual como social, permite y posibilita a largo plazo una vida auténticamente humana: lo que posibilita un desarrollo óptimo del hombre en todos su aspectos (también el instintivo y el de los sentimientos) y en todas su dimensiones (incluidas sus referencias a la sociedad y a la naturaleza»³⁷⁰.

Si esta idea, procedente de un modelo de ética dialógica, la acercamos a la empresa a partir de lo que vamos exponiendo tenemos que advertir algunas confusiones extrañas. Para ello señalaremos tres elementos fundamentales para descubrir a la empresa como sujeto ético social y aclarar así el papel que desempeña la ética en el curso de acción de la vida empresarial:

- (1) La cultura empresarial actúa como una identidad donde se establecen una serie de preferencias y valores que actúan habitualmente en la organización como forma de ser. Y destacamos el término “cultura” porque en él podríamos identificar a la organización como una forma de ser y un estilo de relación con sus interlocutores.
- (2) La empresa es una organización que tiene un poder y una responsabilidad en términos de libertad.
- (3) Esa capacidad de poder y su capacidad de influir en los entramados sociales hace que ella misma tenga que actuar de modo responsable, tanto consigo misma, como con los demás a partir de unos valores adquiridos y un talante en su toma de decisiones como producto de su misma cultura³⁷¹.

³⁶⁹ Maritain, J. (1968): *La persona y el bien común*, Buenos Aires, Club de lectores, p. 31.

³⁷⁰ Küng, H. (1990): “Lo humano como criterio ecuménico fundamental”, en: *Revista Concilium* 228, pp. 289-310.

³⁷¹ Cf. Camacho, I. et al (2013): *Ética y responsabilidad empresarial*, Bilbao, Desclee, p. 61.

Tomando en consideración el panorama actual de nuestra sociedad, nos encontramos ante un nuevo paradigma a la hora de poder comprender las relaciones de la empresa con la sociedad misma. Recordemos que hubo un tiempo en que las empresas no eran ni mucho menos poderosas y, menos aún, con posesión de un impacto o influencia social. Sin embargo, en la actualidad sucede un hecho completamente paradójico respecto al modelo tradicional, puesto que ya no son comprendidas a sí misma como un punto de un entorno social gracias a su enorme poder como veíamos más arriba. Tal poder ha suscitado un escenario en el que la empresa es protagonista de la transformación en nuestra sociedad de la información, la tecnología, el conocimiento y la innovación.

No obstante, no deben ni pueden considerarse únicas protagonistas en tal escenario, sino que deben verse a sí mismas como creadoras y *co-transformadoras* de una nueva sociedad junto con otras entidades (Estado, organismos internacionales, movimientos sociales, sociedad civil,...)³⁷². Este nuevo paradigma debe de producir una nueva forma de comprender la ética empresarial cuando la queremos encuadrar en medio el contexto actual. Pensemos que se están abriendo nuevas perspectivas para entender que la ética empresarial no sería completa si su impacto de transformación en la construcción social y su influencia en las tendencias fundamentales de la cultura, la economía y la política no se hiciera visible. De ahí, que vislumbremos una forma de entender la empresa como un sujeto ético social con capacidad para transformar y corresponder³⁷³. De ahí que nos preguntemos: ¿cuál es el perfil de la empresa virtuosa para aprovechar las potencialidades humanizadoras y humanizantes de esta nueva sociedad?, ¿qué valores deben identificar a una empresa virtuosa o responsable para que pueda responder a los desafíos en una situación quebrada por la crisis? Centremos las respuestas a estas preguntas en el marco privilegiado que nos ofrece la cultura de las organizaciones para encontrar el espacio a una RSC que trabajaremos en el siguiente capítulo.

3.2.- La empresa en la cultura de las organizaciones

La globalización ha producido transformaciones importantes para el mundo de la empresa. Sus efectos han producido un modelo empresarial como proyecto organizativo

³⁷² Cf. Op. cit., pp. 65-66.

³⁷³ Cf. Op. cit., p. 66.

que debe ser construido convincentemente, tomando en consideración aspectos técnicos-económicos y un significado por lo humano. En efecto, una empresa dentro de un sistema social como el actual debe ser un plan compartido y un espacio de trabajo en cooperación donde todos los involucrados puedan sentirse partícipe. ¿Qué significa que sea un plan compartido y un espacio de cooperación? Que las personas que allí trabajen se sientan en sintonía desde los valores personales y profesionales para que funcionen como motores posibilitantes y posibilitadores de transformación de la realidad a partir de su compromiso social concreto.

Podría parecer ingenua la propuesta señalada, pero lo que pretendemos es enfatizar la construcción de una organización empresarial al amparo de unos valores reales. Sabemos que es cosa difícil, pero no imposible si existiera una cobertura de negociación entre las partes involucradas en un marco dialógico para la búsqueda de soluciones consensuadas. Para esta tarea, es necesario analizar la cara subjetiva de la empresa. ¿Dónde encontrar ese rostro como contexto adecuado? En lo que hemos llamado “la cultura empresarial organizativa”.

Efectivamente, la cultura empresarial es el lugar que ilumina esa cara subjetiva y que establece las posibilidades adecuadas para el descubrimiento de una dimensión ética, que, como hemos visto en el capítulo primero, ha sido olvidada y despreciada. Recordemos que la ética se pregunta en *qué* consiste un buen comportamiento, y la ética aplica de la empresa plantea en *qué* consiste el buen comportamiento empresarial, pero no solo para reflexionar sobre lo que se *debe* o no *debe hacer*. La ética es un saber práctico de la filosofía que motiva y hace capaz una actuación adecuada, siendo así «*la formación de carácter, entendido carácter como configuración estable de sentimientos y actitudes que orientan de manera habitual la conducta de las personas*»³⁷⁴. Basándonos en esta definición y aplicándolo a la empresa descubrimos que la cultura empresarial es en cierto modo un carácter. Es decir, un conjunto de valores, intereses y juicios sobre la realidad y preferencia que definen su identidad real y el tipo de persona que puede identificarse en ella.

¿Qué sería en este sentido la cultura organizativa? Pensemos que es un concepto que empieza a tener importancia a finales de los años 70 y principios de los 80. Sin embargo, ya en los años 30 la escuela de las relaciones humanas dedicaba un alto

³⁷⁴ Cortina, A. (2008): *Ética empresarial. Claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Trotta, pp. 18-19.

porcentaje de su atención al estudio del aspecto humano de la empresa, considerándose precursora en el estudio de la cultura organizativa. De este modo, nos atreveríamos a definir a la cultura empresarial como:

«[...] el conjunto de valores, intereses, juicios sobre la realidad y preferencias habituales que, siendo compartidas, definen la identidad real de la empresa y, [...] definen el tipo de persona que puede identificarse con ella o que como mínimo se adaptará a ella con facilidad»³⁷⁵.

Efectivamente, en la cultura empresarial deben existir valores, que aunque parezcan de un ingenuo discurso idealista frente a las competencias de valores de mercado, para entenderla no como la prolongación de códigos éticos, ideales o abstractos, sino como serias señales que den contenido orientativos y motivadores, maneras de pensar, sentir, percibir las situaciones concretas, criterios y preferencias que tomen partido en la toma de decisiones en el día a día. En definitiva, se trata de preferencias operativas en los momentos de decisión para el encuentro de alternativas de acción. Pero seguimos sin responder a la cuestión real sobre la cultura empresarial. ¿Los valores son importantes en la empresa, o solo lo son los intereses?; ¿qué distingue a unos de otros?

Tengamos en cuenta que los intereses son necesariamente cuestiones particulares, personales o grupales. Su defensa no se realiza a partir de la fuerza, sino desde razones que procedan de interlocutores válidos en un marco de realidad discursiva donde tales intereses son universalmente admitidos y legítimos. Cuando el consenso convence sobre el valor y la legitimidad de nuestros intereses, ¿qué se suele hacer? Invocar por unos valores que hacen que tales intereses cobren sentido de validez y sean convincentes ante los demás.

Siendo así, la cultura empresarial forma un carácter propio para la empresa. Así como una persona trabaja su propio carácter durante toda su vida; la empresa también está llamada a ello en su día a día³⁷⁶. Veamos dos de las aportaciones que suscita esta forma de cultura empresarial:

(1) Aportación social. La cultura empresarial es un instrumento de socialización moral de las personas que están involucradas en la empresa como un espacio donde es más ágil y cómodo crecer éticamente.

³⁷⁵ Cf. Camacho: *Ética y responsabilidad empresarial*, p. 68.

³⁷⁶ Cf. Op. cit., pp. 68-70.

(2) *Aportación económica*. Recordemos que la ética tiene la necesidad de motivar a sus empleados para construir una identidad en el trabajo de la cultura y como consecuencia. De este modo, los trabajadores se encontrarán mucho más cómodos desde valores como el diálogo, el compromiso en equipo, la participación y la flexibilidad. De ahí que la cultura empresarial sea una realidad que haga productivo el trabajo en términos de rentabilidad económica, pero también en rentabilidad humana.

Sin embargo, existen amenazas ante esta cultura empresarial cuando se hace un uso cínico y maquiavélico sobre el control y manipulación a las personas involucradas por medio de la aspiración de un modelo de comportamiento propio donde podrían tomar el control de todos los grupos de interés. ¿Cuál podría ser “la piedra de toque” para conocer si una empresa es honesta y vive una ética de excelencia como cultura empresarial? En el compromiso real con las vidas de sus grupos de interés internos y externos, y en el desarrollo profesional y humano de los mismos. Si fuera auténtico, la empresa trabajaría desde la honradez para alcanzar aquellas virtudes éticas para la motivación hacia sus empleados, con un serio y concreto compromiso social, así como una coherente relación con sus fines.

¿Hacia dónde nos llevaría estos planteamientos sobre una cultura empresarial? Nada menos que a entender que una empresa moralmente excelente es aquella que resuelve su toma de decisión en los momentos de conflicto de valores. Si así fuera, estaríamos hablando de una empresa, que fundamentalmente, es dinámica, activa e ilusionadora. Estaría en continuo aprendizaje de sí misma, y, por descontado, sería capaz de construir valores para que tomen cuerpo en su carácter, identidad y razón de ser. Buscará soluciones concretas incorporando aquellos valores que ha abrazado en el discurrir de sus gestiones empresariales³⁷⁷.

³⁷⁷ El profesor Carlos Llano Cifuentes, señala diferentes propuestas de la enseñanza de la cultura ética: «*La propuesta Matsushita en Japón, la Treviño en México, la Bemowski en EUA, la Brolkstra en Holanda*». Su propuesta abarca cinco características de la enseñanza de la cultura ética: (1) polivalencia cultural, (2) mayor profundidad en la dimensión ética de la enseñanza, (3) interdisciplinariedad, (4) incremento en la aplicación de los avances cibernéticos y (5) multivalencia idiomática. Véase, en: Llano Cifuentes, C. (1994): *El nuevo empresario en México*, Ciudad de México Fondo de Cultura Económico, p. 280.

IV.- CONCLUSIÓN

El profesor argentino Osvaldo Guariglia nos ayuda en esta aclaración al entender que la definición aristotélica de la prudencia abarca la idea de aquel que sabe juzgar lo que está bien en dos direcciones: (1) respeto de la totalidad de la vida, y (2) en relación no sólo a él mismo, sino también para todo ser humano³⁷⁸. Esta definición coloca a la *prhónesis* como una virtud privilegiada por la capacidad de otorga, sopesa y armoniza los bienes parciales individuales ente sí y con los intereses de los demás. En este sentido, comprendemos que el hombre prudente es aquél que puede pasar discursivamente de lo que es bueno para sí a lo que es bueno para todos³⁷⁹.

Sin embargo, advertimos que la prudencia, desde este enfoque, necesita de la experiencia. Es decir, necesita saber que se adquiere por inducción a partir de lo particular, lo que requiere tiempo y memoria. El prudente razona, discierne, investiga y busca en todo momento su recto obrar. En ese sentido, la prudencia le permite poseer unos límites de acción y un sentido de su hacer, así como una capacidad para deliberar con sensatez su búsqueda de ser alguien que pueda ser mejor persona y hacer la mejor acción posible. De este modo, la prudencia acaba siendo así la excelente regla de acción que proporciona una ética basada en el modelo de las virtudes³⁸⁰. ¿Qué sería entonces la prudencia para la responsabilidad? El conocimiento racional, que con una potente tendencia hacia la verdad, deba ser tenida en cuenta para cualquier acción que se preste hacia la búsqueda de un buen fin.

Por tanto, véase que la actitud ética del sujeto prudente (o “buen deliberador”) se muestra aquí como una responsabilidad que se entiende como necesaria para la búsqueda de un punto medio y que tenga la capacidad de evaluar el *poder-hacer* del ser humano y su vulnerabilidad. Sería en cierto modo, el equilibrio necesario que nos lleve al juicio moral en situación. Es así como entiende Ricoeur el concepto de prudencia en su análisis semántico de la responsabilidad, concluyendo del siguiente modo:

«A esta prudencia, en el sentido fuerte de la palabra, se remite la tarea de reconocer entre las consecuencias innumerables de la acción, aquellas de las que podemos

³⁷⁸ Cf. Guariglia, O. (1996): *Moralidad. Ética universalista y sujeto moral*, Buenos Aires, FCR.

³⁷⁹ Sánchez, M.J. (2008): “Ética y profesión: la responsabilidad en términos de prudencia responsable. El caso de la psicología”, en: *Fundamentos en Humanidades*, p. 154.

³⁸⁰ Cf. Díaz, A. (2009): “La ética de la virtud y la bioética”, en: *Revista Colombiana de Bioética* (enero-junio), p. 105.

*considerarnos legítimamente responsables, en el nombre de una moral de la mesura»*³⁸¹.

Es esta misma apelación al juicio lo que constituye el alegato más fuerte a favor del mantenimiento de una idea de imputabilidad que ha estado sometida a la presión de la solidaridad y el riesgo. Ricoeur entiende que esta sugerencia es válida para la responsabilidad respecto a la tradicional idea de obligación de reparar o de sufrir la pena.

En definitiva, entre la huida ante la responsabilidad por las consecuencias y la inflación en una responsabilidad transcendente, es preciso que la deliberación tome partido en la escena moral, puesto que está seguida de la acción –la actitud del hombre prudente- que equivale a los efectos previsibles y controlables, así como a la visión larga de efectos a futuro, teniendo en cuenta el carácter finito de la voluntad subjetiva.

El prudente, finalmente, es aquel sujeto actuante que se pregunta: “¿Hasta dónde llega mi poder?” Entendiendo que los efectos de su acción no ahogan la consecueneciabilidad de la acción³⁸². Esta pregunta final posiciona al hombre que actúa ante su modo de responder, de ser responsable “frente a” y “junto a” otros seres actuantes dentro de un espacio de reciprocidad como es la institución.

¿Cuál es el camino que nos enseña esta aportación sobre la responsabilidad desde la perspectiva prudencial? Comprender la responsabilidad a partir de los lazos entre los seres humanos, que son los que hacen responsables a unos de otros. Se defiende que la categoría básica de la vida social es “el vínculo que une a cualquier ser humano con cualquier otro”, en la medida en que en el “otro” está la esencialidad de la responsabilidad. Este vínculo, que existe desde el momento de la existencia del “yo”, es tan profundo que una persona solo podrá serlo cuando hay “otro” que le reconoce como persona y él a su vez reconoce al “otro” como persona. De ese modo, la categoría básica de la vida social es entonces la de “sujeto-sujeto”, y no la de individuo, ni tampoco la de comunidad.

Más allá de los vínculos que cada persona establece con un “otro” se crean relaciones libres, vínculos y pertenencias comunitarias, puesto que en el ser humano existe un nexo mucho más profundo. En otras palabras, se haya una *ligatio*, que es la que les *ob-liga* a responder unos de otros. Un vínculo que –según esta perspectiva-

³⁸¹ Ricoeur: *Lo justo*, p. 68.

³⁸² Cf. Ídem.

fundamenta un nuevo concepto: el de «*corresponsabilidad por las actuaciones humanas*»³⁸³. Este concepto será de esencial importancia para entender la participación en las decisiones como una fuerza de responsabilidad en el vínculo contractual sobre el que se asientan las condiciones políticas y la ética empresarial que hemos planteado.

Desde esta clave, Adela Cortina nos habla de un principio de corresponsabilidad, que complementa el principio individual de responsabilidad, explicándolo del siguiente modo:

*«Alguien (sujeto de la responsabilidad) tiene que responder de algo o de alguien, que de algún modo le está encomendado (objeto de responsabilidad) ante alguien (persona o instancia) por alguna razón. Esto significa, obviamente, que la existencia de responsabilidades sólo tienen sentido en un mundo relacional, no en un mundo atomizado. Porque para que exista una responsabilidad, tiene que haber un vínculo entre sujeto y objeto de responsabilidades»*³⁸⁴.

En otro lugar, el profesor José Luis Fernández -partiendo de la base de A. Cortina- plantea la responsabilidad desde la perspectiva de la Responsabilidad Social y los modelos de empresa afirmando que «[...] *ser socialmente responsable no significa sólo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, avanzando voluntariamente hacia nuevas exigencias, mayor inversión en capital humano, mejor relación con los interlocutores, mayor respeto al medio ambiente*»³⁸⁵.

Otros autores defensores de esta teoría sobre la responsabilidad como Carlos Llano, caracteriza a la empresa desde una concepción antropológico-filosófica, definiendo cuatro tipos de responsabilidades:

- (1) *La responsabilidad consecuencia*, encargada de hacerse notar en las consecuencias de la acción. Esta clase de responsabilidad deriva de la libertad que tenemos como personas. Sin embargo, no podemos elegir nuestros actos y renunciar a la responsabilidad que se deriva de ellos. Por ejemplo: “seré responsable de las consecuencias medioambientales de mis acciones, me gusten o no”.

³⁸³ Cf. Apel, K.O. (2000): “First Things First. Der Begriff primordialer Mit-Verantwortung. Zur Begründung einer planetaren Makroethik”, en: M. Kettner (Ed.), *Angewandte Ethik als politikum*, Frankfurt, Suhrkamp, pp. 21-50.

³⁸⁴ Cortina, A. (2004): “Una ética transnacional de la corresponsabilidad”, en: V. Serrano, V., dir., *Ética y globalización*, Madrid Biblioteca Nueva, p. 22.

³⁸⁵ Fernández, J.L. (1999): *Ética, Responsabilidad social y Modelos de Empresa*, Madrid, Universidad Pontificia Comillas, p. 4.

- (2) *La responsabilidad antecedente*, es decir la de los principios. Somos responsables de todas las consecuencias de nuestras acciones en lo que llama «círculos concéntricos» de la responsabilidad, que empieza por uno mismo y sigue con su familia, su empresa, las personas con las que se relaciona, su comunidad local,... Además, todos somos responsables de las motivaciones de nuestros actos y de los principios que los rigen, que son las razones últimas que los explican: «Si el directivo no es capaz de dar razón de los principios por los cuales tomó una decisión, es ya irresponsable de alguna manera». Señala también que los principios deben estar encarnados en las personas, y que tales principios no garantizan las consecuencias. Por ejemplo: “una persona sin principios puede tener excelentes resultados económicos, pero se estará echando a perder como persona”.
- (3) *La responsabilidad congruente*, la de los proyectos y actos anteriores de la vida de una persona. Relaciona la responsabilidad de sus actos con su modo de ser y carácter, ya que las consecuencias de nuestros actos dependen del proyecto de vida que hayamos adaptado y que tratamos de cumplir.
- (4) *La responsabilidad trascendente*, la de la misión a la que con su vida ha sido destinado. Es decir, la que permite cumplir la misión para la cual una persona está en el mundo, siendo el concepto más central de la responsabilidad.

Por tanto, Carlos Llano entiende que la persona debe ver cuál es su misión en la vida y trazar un proyecto de vida respecto con ella, ser congruente a ese mismo proyecto, sustentar principios congruentes con su propia naturaleza y responder por las consecuencias de sus actos en esos “círculos concéntricos”. Si aplicamos estas consideraciones sobre la responsabilidad en la empresa, probablemente podríamos ser capaces de ampliar mucho más el punto de vista, puesto que se encuentra limitado a una responsabilidad consecuente. Probablemente, entiende el autor, si omitimos las otras responsabilidades, no nos tiene que extrañar que nuestras acciones tengan resultados indeseados, es decir, sean poco responsables³⁸⁶.

El filósofo mexicano Olivé León es otro partidario de la responsabilidad de las empresas y los directivos desde la visión dialógica. Extiende su perspectiva hacia el

³⁸⁶ Cf. Llano Cifuentes, C. (2010): “Dónde empieza y dónde acaba la responsabilidad del empresario”, en: *Revista INALDE*, n° 29 (diciembre), Bogotá, pp. 38-57. O véase también esta idea sobre las cuatro responsabilidades, en: Llano Cifuentes, C. (2002): “Los desafíos éticos en la gestión directiva privada y pública”, en: *V Congreso de Ética, Negocios y Economía* IPADE (Noviembre), Ciudad de México.

conocimiento del sistema científico tecnológico, en la responsabilidad de promover el desarrollo del conocimiento alcanzado y aplicar sistemas técnicos específicos. Por ello, afirma que:

«[...] lo único que puede justificar moralmente la existencia y el desarrollo de la tecnología es su contribución al bienestar de los seres humanos, sin perjudicar los animales, el medio ambiente y los sistemas sociales»³⁸⁷.

Véase que lo planteado hasta el momento desprende una forma de responsabilidad para las instituciones educativas encargadas de la formación de empresarios, científicos y tecnólogos y la necesidad de fortalecer su formación humanística en los espacios de formación.

De este análisis sólo nos cabe la siguiente pregunta que busca concluir este capítulo: ¿qué tiene que ver este análisis de la responsabilidad en cuanto prudencia con respecto a la idea de empresa excelente o virtuosa que deseamos pensar? En *primer lugar*, una empresa responsable tiene muy clara que su principal función es la creación de riqueza dentro del cumplimiento la normativa y la ética vigente a partir de la generación de empleo y bienestar al conjunto de la sociedad. En efecto, todo empresario que preste a crear una empresa responsable debe saber que esa premisa genera un impacto positivo en el entorno social, político, medioambiental y cultural en el que opera. Las contribuciones adicionales muestran un compromiso reforzado hacia la sociedad, pero no cuestionan la principal aportación y responsabilidad de aquellas empresas que no pueden o legítimamente no desean realizarlas. Es más, las actuaciones de responsabilidad aparecen supeditadas a este fin principal antes que a las necesidades de competitividad del tejido empresarial.

En *segundo lugar*, una empresa responsable es aquella que parte de la voluntariedad. Es decir, se refiere al compromiso de integración de criterios sociales, laborales y medioambientes en su gestión e intenta involucrar en dicha gestión a los distintos grupos de interés que están directamente afectados por sus actuaciones. Tal compromiso sobre la voluntariedad debe ser aceptada en su integridad. En cierto modo, este valor es contrario a la idea de una empresa que impone iniciativas públicas que obligan indirectamente determinadas actuaciones de responsabilidad social a muchas empresas, como puede ser el caso de las Pymes.

³⁸⁷ Ibarra, A. – León, O., eds. (2003): *Cuestiones ética en ciencia y tecnología en el siglo XXI*, Ciudad de México, Biblioteca Nueva, p. 244.

En *tercer lugar*, una empresa responsable es aquella que lo es como valor añadido. Precisamente ese rigor exige la concepción de la responsabilidad como un complemento moral que ayuda a la creación de un valor añadido y que repercute en la mejora de la empresa a medio y largo plazo. Efectivamente, este valor activa las diversas actividades que repercuten en sus grupos de interés más relevantes (clientes, consumidores, accionistas, inversiones, entre otros), así como en la atención a la especificidad de su negocio y al entorno en el que está presente.

En *cuarto lugar*, una empresa responsable es aquella que busca la adaptabilidad y la flexibilidad constante. Las iniciativas que se emprendan en el ámbito de la empresa responsable no pueden, en aras a su eficacia, vincularse a un marco que termine siendo rígido. Al contrario, debe permitir que las particularidades de la naturaleza del negocio, el ámbito geográfico de operación, el tamaño de la empresa y otras especificidades, sean tenidas en cuenta a la hora de ejecutar actuaciones concretas.

En *quinto lugar*, una empresa responsable es aquella que comprende la universalidad de su actuación. En efecto, todas las empresas en su actividad diaria pueden desarrollar actuaciones vinculadas al ámbito de la responsabilidad, con independencia de su tamaño o del sector al que pertenecen. Excluir, por medio de exigencias, o umbrales rígidos y poco realistas a algunas de ellas, aparte de injusto, es contraproducente para el fin que se persigue ya que puede desmotivar nuevas iniciativas empresariales en este ámbito.

En *sexto lugar*, una empresa responsable busca el buen hacer en su eficiencia. La responsabilidad busca, en términos generales, la mejora continua del proyecto empresarial. Ha de gestionarse teniendo en cuenta la viabilidad económica de la empresa a corto plazo y con el rigor de una inversión económica.

En *séptimo lugar*, una empresa responsable es libre de optar o no por actuaciones en el ámbito de la responsabilidad, según consideren que puede repercutir en un fortalecimiento de su posición de mercado, o motivadas por consideraciones éticas o de otra índole. Sin embargo, es importante que aquellas iniciativas que se emprendan en este terreno se realicen, al menos, con una mínima claridad y rigor para evitar así su pérdida de credibilidad. En este sentido, la transparencia debe constituir un elemento de referencia que, bien enfocado, ayude la confianza dentro y fuera de la empresa hacia las acciones emprendidas.

Y en *octavo y último lugar*, una empresa responsable es aquella que busca el constante diálogo y comunicación. Resulta importante que la empresa conozca e involucre progresivamente las expectativas de sus grupos de interés más relevantes atendiendo a las especificadas de su negocio. Ahora bien, solo en la medida en que exista una cultura de corresponsabilidad y una capacidad de compromiso mutuo, la existencia de una comunicación con estos grupos de interés podrá irse progresivamente integrando en la gestión de la responsabilidad social lo que ayudaría a la obtención de una mayor eficacia en los resultados.

CAPÍTULO IV:

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA”

Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa (RSC) son dos términos en alza en el mundo empresarial y académico que se emplean con mucha frecuencia tanto para el mundo de la empresa como el político. Sin embargo, habría que reconocer, al menos en España, que en muchas ocasiones siguen siendo dos conceptos que están por descubrir, analizar y seguir desarrollando.

En lo que respecta a la RSC, que será el concepto que vamos a investigar a lo largo de este capítulo, implica justamente hablar de ética y moral a la hora de tener que entablar relaciones empresariales como hemos estudiado transversalmente a lo largo de la investigación. Hablar de la RSC es tener en cuenta que las actividades desempeñadas por la empresa son desarrolladas por unos para obtener beneficios de otros en un *gana-gana*. Ser actualmente empresa, o pertenecer a ella desde una óptica de la RSC, es crear un modelo de conducta que sirva como referente y logre un cambio en la actuación de otras muchas empresas de su entorno.

Tengamos en cuenta que todas las empresas no sólo son responsables en lo que respecta a sostenibilidad medioambiental. De algún modo –y basándonos en nuestra propuesta de “la pequeña ética” ricoeuriana- se refiere más al mantenimiento de lo que podríamos llamar *ecología humana*.

Para ello es necesario presentar un tipo de empresario que se fundamente en la cooperación facilitada por la invitación a la participación y a la delegación para ofrecer, dentro de un marco de diálogo justo, un modelo de organización basado en la convivencia de la igualdad. ¿Cuál sería el reto al que nos enfrentamos actualmente? Descubrir y desarrollar sus fortalezas, es decir aquellas características que la diferencian y que vienen en nuestra ayuda como referencias para tomar parte en la aventura por el desarrollo legítimo.

En la introducción de este trabajo de investigación advertíamos que nuestra propuesta no es ni mucho menos hacer una guía ética o manual de buenas prácticas, puesto que no seríamos capaces de poder albergar todas las discusiones y debates que se vertebran en torno a la ética empresarial y mucho menos sobre la realidad conceptual de la RSC. Nuestra intención es ofrecer algunas claves que nos alumbren el camino para descubrir posteriormente, desde las entrevistas cualitativas con 20 empresarios

españoles, como se vertebra en la realidad. Y para ello, y siguiendo nuestra propuesta de un modelo de ética dialógica, queremos hacer más énfasis en el papel que desempeña la Pyme en la realidad de la RSC para desvelar claves que sean asumibles para los nuevos retos y oportunidades que nos puedan mover hacia un nuevo concepto de sociedad en medio de una situación de inestabilidad.

Para ello, durante este capítulo intentaremos plantear algunas líneas de análisis sobre lo que al universo de la RSC respecta. Somos conscientes que enfocando nuestra mirada en la Pyme descubriremos un interesante espacio para lo que desearíamos proponer. De ahí, que hayamos observado el contexto en el que se debe de contextualizar la RSC, qué significa su uso a partir del término de responsabilidad que ya hemos analizado en el capítulo anterior, y plantear algunas de las dificultades que encontramos a la hora de abordar la RSC desde el punto de vista gnoseológico y por el que puede llevar a grandes dificultades para su definición.

I.- LA ESTRUCTURA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

“Consumo responsable”, “participación responsable”, “ciudadanía responsable”, “responsabilidad social corporativa”, “política responsable”... son expresiones actuales que la responsabilidad ha tomado en nuestra sociedad democrática con un organismo aparentemente inequívoco. De ahí, que nuestra primera pregunta antes de entrar en la cuestión que nos preocupa sea: ¿qué hace que estas expresiones nos lleven a investigar sobre la responsabilidad? Que nuestra vuelta a la responsabilidad es una vuelta a la reflexión sobre la responsabilidad desde el contexto actual. ¿Dónde encontrar el verdadero problema de la responsabilidad, su raíz y trascendencia? Justamente en los entramados de los nuevos modelos o expresiones populares y mediáticas que no pueden desvincularse del mecanismo de la responsabilidad, porque ahí descubrimos a un sujeto responsable, o sujeto de acción responsable, que nos cuestiona sobre diferentes parámetros: ¿responsable de qué?; ¿responsable de quién?, ¿responsable para qué? y, ¿responsable por qué?

Hemos dado cuenta en el capítulo III de como el fenómeno de la responsabilidad se ha encontrado refugiado durante largo tiempo en el modelo tradicional de una responsabilidad unida al concepto de culpabilidad y de imputabilidad. Preocupados por superar una perspectiva que dio sentido en un momento de la historia, nuestra inquietud

nos llevó irremediablemente a encontrar un nuevo modelo que viniera en nuestra ayuda para dar espacio a la responsabilidad en este momento concreto de la historia con una nueva visión. Recordemos que la responsabilidad es un término de reciente hallazgo. Esto nos llevó a una doble posición: (1) la carencia de respuestas concluyentes entre el ser humano y la responsabilidad y (2) las mínimas respuestas por la actualidad de los acontecimientos que ofrece la ética tradicional³⁸⁸.

¿Qué ha sucedido para llegar a este lugar? En primer lugar, la existencia de una naturaleza fija en el ser humano y segundo, ante la virtud humana. La responsabilidad ofrece nuevas pautas para nuestra racionalidad práctica sobre aquello que se puede considerar que está bien o está mal. Estas dos realidades han marcado una nueva perspectiva para el estudio sobre la responsabilidad, puesto que este momento de una sociedad tecnocrática ha abierto un nuevo mundo de posibilidad sobre lo que el hombre puede hacer (o hacerse a sí mismo). Y también, como los totalitarismos del siglo XX han manifestado que la acción moral del individuo no “*va de suyo*”, es decir que el ser humano está movido para hacer el bien.

Comprendidas estas rupturas iniciales que nos ayudan a delimitar el marco de actuación para la investigación sobre la responsabilidad desde el contexto de nuestra sociedad europea nos hacemos cargo de la conceptualización y dificultad a la hora de definirla.

1.1.- Arqueología gnoseológica de la RSC

Antes de tomar en consideración el planteamiento que sugiere la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) podríamos empezar con una declaración que el periódico *The Economist* realizaba en 2005 sobre un informe afirmando con cierta sorpresa que «*el movimiento por la RSC ha ganado la batalla a las ideas*»³⁸⁹. De esta sorprendente afirmación podemos sostener tres cosas:

³⁸⁸ Cf. Prieto Egidio, M. (2002): “La educación en la responsabilidad: entre el pensar y el sentir”, en: *XII congreso Internacional de la Teoría de la Educación*, Universitat de Barcelona, p. 2.

³⁸⁹ Clive Crook afirma en una entrevista, sobre esta cuestión haciendo referencia a *Misguided Virtue*, de David Henderson, publicado por el Institute of Economic Affairs y por el Competitive Enterprise Institute, en Washington D.C. También a *A Poverty of Reason*, de Wilfred Beckerman, publicado por el Independent Institute; y *Just Business*, de Elaine Sternber, publicado por Oxford University Press. El estudio original fue publicado por la revista *The Economist*, en su ejemplar del 22 de enero de 2005. Cf. http://noticias.ufm.edu/index.php/La_buena_empresa_publicado_por_%27%27The_Economist%27%27: [Conectado: 6 de diciembre de 2014].

1. La particularidad de la RSC como un movimiento y resultado a partir de relaciones entre personas de interés.
2. La particularidad de la RSC como algo fundamentalmente ideológico.
3. Y la particularidad de la RSC en un escenario en el que se establece la guerra por el “sálvese quien pueda” como forma de supervivencia en el mercado.

Para el caso español, no nos hace falta usar de esta expresión del *The Economist*, puesto que, con sólo echar un vistazo a cualquier hemeroteca sobre la RSC, descubrimos que es un terreno casi virgen, aunque sí que ha tomado presencia en estas últimas décadas. Sin embargo, la cuestión de su presencia, como un aparato que ha tomado forma de modelo políticamente correcto en el universo empresarial, debe de suscitaros preguntar por sus fortalezas y fragilidades³⁹⁰. Esa fortaleza o fragilidad se refieren a cuestiones tales como:

- (1) La RSC y su fragmentación: ¿la RSC aborda todo el entramado empresarial?, ¿su visibilidad mediática está conectada con aquellas empresas que han adoptado algunos de sus componentes?
- (2) El cultivo de la RSC en aquellas empresas que han asumido, ¿es contagiada por su cultura o es solo un modelo de buena gestión de personal?, o ¿es una cuestión que pertenece a otro departamento?
- (3) La aprobación consensuada que genera una RSC en la empresa, ¿es el fruto de un acuerdo común sobre los beneficios que aporta y lo que se puede esperar de ella?
- (4) La capacidad de alcance que posee la RSC para la empresa, ¿es la cosecha de un movimiento general hacia la sociedad, o, por el contrario, es una obligación ante lo social donde solo interactúa con los actores que llevan la empresa?

1.1.1.- La RSC, un concepto complejo

La RSC supone una forma de observar a la empresa en una red de relaciones sobre las cuales deben ser comprendidas como elemento constitutivo. Por esta razón, es difícil hablar en la actualidad de la RSC sin hablar de sus *stakeholders*. Sea como fuere, la RSC la podemos ver desde dos primas:

1. desde un *nivel microrelacional*, donde los *stakeholders* y la empresa establecen vínculos de relación y negociación;

³⁹⁰ Cf. Lozano, J.M. (2009): *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Madrid Trotta, pp. 37-38.

2. y desde un *nivel macrorrelacional*, donde se entiende a la RSC como el espacio de diálogo público entre los *stakeholders* y la empresa repercutiendo en el tejido social en el que se inscribe.

En lo que respecta a España, el debate sobre la RSC entra a formar parte con el cambio de siglo y la publicación en 2001 del “Libro Verde” de la Comisión Europea para el impulso de la RSC. No obstante, con este reciente nacimiento público, no significa que en España no se haya hablado e investigado sobre el tema. Al contrario, desde la publicación del “Libro Verde” el concepto toma autoridad en el debate público, académico y profesional. Sin embargo, debemos de reconocer que en nuestro País el término sigue siendo un terreno casi virgen, y en ocasiones hasta con falta de madurez y solidez, respecto a las investigaciones que en otros países se han realizado sobre la RSC.

En esta última década que ha transcurrido, la RSC toma fuerza propia en multitud de actos, conferencias, manuales, debates y jornadas de investigación. Hemos visto durante todo este tiempo cómo toma protagonismo en las memorias y en los diferentes departamentos de muchas empresas. Incluso, hasta el Gobierno Español ha tomado parte en esta cuestión desarrollando iniciativas que estén relacionadas con la RSC impulsando iniciativas políticas con grandes repercusiones³⁹¹. Así como su presencia en los medios de comunicación³⁹².

Sin embargo, a parte de este mantra sobre la RSC en los diferentes ámbitos, no dejan de existir voces que hablan de este concepto desde una retórica que insiste en los mismos temas que desde ya hacía tiempo se hablaba volcándose en un discurso en eterno devenir.

Sin embargo, la problemática de su eterno devenir se fundamenta desde el instante en el que nos aproximamos a la RSC descontextualizándola como si la consideráramos simples siglas. Tal confusión no ayuda para nada a nuestra pretensión de trabajar por la investigación de la RSC, puesto que los términos en los que es

³⁹¹ Por tomar un ejemplo, en una reunión celebrada el pasado 24 de octubre de 2014, el Consejo de Ministros ha adoptado el acuerdo por el que se aprueba la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020, un documento que dotará a nuestro país de un marco común de referencia que permitirá armonizar las distintas actuaciones que, en relación a la Responsabilidad Social, se están desarrollando tanto en el ámbito público como en el privado. Disponible, en: <http://prensa.empleo.gob.es/WebPrensa/noticias/ministro/detalle/2336> [Conectado: 6 de diciembre de 2014].

³⁹² Véase, un ejemplo concreto en uno de los periódicos españoles más importantes. Disponible, en: http://elpais.com/tag/responsabilidad_corporativa/a/ [Conectado: 6 de diciembre de 2014].

planteada en la actualidad hacen de ella un complemento moral con un perfil determinado, justamente porque son los resultados de un recorrido que, en estos años, ha evolucionado el ecosistema del tejido empresarial y el lugar que han de ocupar los interlocutores válidos (*stakeholders*)³⁹³.

1.1.2.- La RSC, un punto de encuentro

El discurso que se efectúa sobre la RSC es la suma de los puntos de encuentro y objetivos comunes en los que están involucrados los *stakeholders*. Más allá de las particularidades concretas de acciones sobre la RSC de compromiso con los grupos de interés, hay dos factores comunes: por un lado, la importancia que se le da a la RSC y a su desarrollo, y por otro lado, el asemejar que tales prácticas concretas producen cambios en la sociedad y dan a entender su lugar en la realidad. Si nos fijamos en la definición que realiza el “Libro Verde” nos damos cuenta que entiende la RSC como:

*«[...] la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores de manera voluntaria»*³⁹⁴.

Tal sugerencia, nos hace entender que el acento por la definición sobre la RSC se encuentre más en la acción o hecho, y no tanto en la manera de establecerla. Por tanto, nuestra propuesta está sostenida sobre una definición de lo que es la RSC: “*un punto de encuentro*”³⁹⁵. Justifiquemos esta premisa.

Lo que no podemos olvidar es que cuando afirmamos que la RSC es un punto de encuentro, subrayamos su presencia con los distintos *stakeholders*. La RSC es un espacio común sobre el que cada uno de los interlocutores válidos, o grupos de interés, pueda avanzar hacia sus propios fines. Es decir, se trataría de un lugar de paso, y no tanto como un punto de llegada. En otros términos, la RSC, partiendo de la base de que es el punto de encuentro para los *stakeholders*, es un complemento moral que posee altísima autoridad por sí misma, y es un espacio de idas y venidas para lograr lo que para cada uno de los interlocutores considere como importante.

Observando las distintas definiciones sobre la RSC nos damos cuenta que en ocasiones, cuando vamos a analizar el término, no hay un consenso común a la hora de

³⁹³ Cf. Lozano: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, pp. 38-47.

³⁹⁴ Normalmente, se ha puesto el acento más en el hecho mismo y en el contenido de la definición, y se obvia la manera de establecerla. Libro Verde (2001): “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, Unión Europea. Disponible, en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>. [Conectado: 29 de noviembre de 2014].

³⁹⁵ Cf. Lozano: *La empresa ciudadana...*, p. 47.

trazar los límites conceptuales. Puede que el problema resida justamente en la enfatización que se ha realizado en la definición sobre la RSC centrándola exclusivamente en su relación con los *stakeholders*. Puede, y en ello estamos de acuerdo con J. M. Lozano, que quizás no sea razonable aspirar a alcanzar una definición cerrada, en el sentido fuerte de la expresión. Al fin y al cabo, confeccionar una definición es la manifestación de una lucha por el poder y convertir en norma una manera de entender lo que las cosas son y lo que nos permite justificar la exigencia de que todos se sometan a esa manera de entenderlas³⁹⁶.

En realidad, ¿dónde reside el problema?, ¿habría que trazar unas líneas conceptuales y normativas para la definición sobre la RSC, o por el contrario en interpretarla? Consideramos que si la RSC se define desde un marco normativo, perdería toda la carga ético-moral quedándose justamente en la instrumentalización de códigos, leyes, auditorías, credos plasmados en documentos internos que una empresa puede ostentar para su imagen y mínima exigencia.

Por esa razón, quisiéramos entender la RSC desde un marco de interpretaciones que nos ayuden a identificar casos extremos en los que allí no se da, y al mismo tiempo, propician un espacio donde puedan habitar correlativamente formas que no coincidan con la RSC, a partir del contexto, circunstancia y relación de diálogo entre los distintos *stakeholders*. De ahí, que estemos en total resonancia con el planteamiento al que llega Lozano, puesto que el problema sobre la pregunta sobre la RSC no está tanto en el énfasis por definirla, sino en si la RSC es la mejor forma para lo que se quiere plantear de ella³⁹⁷.

1.1.3.- La búsqueda del concepto de la RSC

Efectivamente, la batalla por aclarar los límites conceptuales por la RSC ha terminado en ocasiones por poner el listón muy alto dándoles excesivas expectativas que han culminado por ser poco aclaratorias. Puede que en cierto modo tengamos que reconocer que no exista ninguna definición independiente y correcta, como afirmarían M. Van Marrewijk y M. Werre³⁹⁸, sobre la RSC. Puede que ella misma posea un componente muy potente de hermenéutica si observamos los debates en torno al

³⁹⁶ Cf. Op. cit., p. 48.

³⁹⁷ Cf. Op. cit., p. 49.

³⁹⁸ «Debería abandonarse la idea de una solución para todo para la definición de la responsabilidad social y de la sostenibilidad de la empresa y aceptar definiciones más específicas que se ajusten a los niveles de desarrollo, conciencia y ambición de las organizaciones»: Van Marrewijk, M. – Werre, M (2003): “Multiple levels of corporate sustainability”, en: *Journal of business ethics*, 44, pp. 107-109.

término al enfatizar mucho sobre la función de la empresa, su propósito y contribución a la sociedad, como bien lo explica el sociólogo James E. Post:

«Desde que existen las empresas, su rol en la economía y en la sociedad ha sido objeto de atención y de debate. El poder de la empresa para influir sobre el modo de desarrollo económico, social y político [...] se ha contrapuesto regularmente a la capacidad de la empresa para crear nueva riqueza. [...] Cada generación se ha formulado, en sus propios términos, la pregunta fundamental: “¿ante quién y de qué es responsable la empresa?” [...] La empresa contribuye y se beneficia a la vez del sistema social más amplio en el que opera. La empresa afecta y se ve afectada por la ley, la política pública y las expectativas sociales; se ajusta a los estándares y acuerdos sociales existentes y, simultáneamente, los altera mediante sus propias iniciativas e innovaciones independientes»³⁹⁹.

Habría que destacar que la RSC, sin necesidad de que posea una estricta y concreta definición, ostenta una idea básica pues *«la RSC es un concepto fundamental – como la libertad y la igualdad- que se está redefiniendo constantemente para servir a la sociedad y los tiempos cambiantes»⁴⁰⁰*. Tras ella aparecen preguntas sobre la comprensión sobre la responsabilidad en la realidad social actual. Es decir, la pregunta por la sociedad que deseáramos construir y la pregunta por la empresa actual.

La respuesta por la definición de la RSC es una batalla que nunca acabará, puesto que la problemática no está tanto en el *ser* mismo del concepto, sino en el *que-hacer*. Y ahí es donde se establece una ruptura misma cuando se quiere aplicar en el marco temporal de una sociedad como la actual y en una empresa que va caminando vertiginosamente ante los nuevos retos de gestión y compromiso.

Más allá de las diferentes consideraciones que se puedan realizar de la RSC se debería tener en cuenta que las dificultades que en ella se observan no sean otra cosa que la manifestación en el mundo de la empresa de los impactos que influyen a partir de las nuevas condiciones de la vida social en la que está inscrita la empresa⁴⁰¹. Efectivamente, al considerar a la RSC es inevitable que hablemos de las condiciones sociales actuales de nuestra era. Hablar de la RSC es tomar en consideración los lugares,

³⁹⁹ Post, J. E. *et ali* (2002): *Redefining the corporation*, Standford, Standford University Press, p. 57.

⁴⁰⁰ WBSCD, 2002, 6. Disponible, en: <http://www.wbcsd.org/work-program/sector-projects/cement/local-impacts.aspx>. [Conectado: 28 de noviembre de 2014].

⁴⁰¹ «Las condiciones de vida y, por tanto, también las condiciones empresariales dependen de las épocas históricas, de los lugares geográficos, de los problemas existenciales y de las circunstancias sociales». Van Marrewijk, – Were: *Multiple levels of corporate sustainability*, p. 121.

problemas y circunstancias. Desde ella nos preguntamos por la visión y misión de la organización y el proyecto social que sustenta y rige la hoja de ruta en las condiciones en la que está presente en la realidad histórica. Por ello, es necesario que entendamos que la RSC sea la expresión de un nuevo pacto cívico y social que responde a las nuevas condiciones sociales que estamos viviendo en este momento de la historia.

1.1.4.- La RSC y los “stakeholders”

Tal y como indicábamos, la empresa debe tener en cuenta e intentar dar respuesta a las exigencias de sus grupos de interés o *stakeholders*. Este modelo de empresa surge frente a un modelo tradicional de organizaciones que sólo daban cuentas a los accionistas o al capital y, por tanto, sólo buscaban la maximización del beneficio económico.

Efectivamente, el enfoque *stakeholders* entiende a la empresa desde las relaciones que ella misma establece con todos los sujetos sociales que afectan a sus operaciones empresariales o son afectados por ella. Este modelo, ubicado en las antípodas del enfoque *shareholder*, sostiene a la empresa como una instancia justa.

Analizábamos en el capítulo II la idea que M. Friedman tenía sobre la empresa, enfatizando un modelo *shareholders*, para comprender la RSC como la definición de obligaciones legales e inscrita en un marco contextual concreto. Más allá de ese esquema, creía Friedman, que todo lo demás sería pura filantropía. Por el contrario, el enfoque *stakeholders* de la empresa nos permite abrir nuevos límites, comprendiendo a la RSC, no sólo como lugar que suscita la filantropía o la solidaridad mediática que repercute a los beneficios de la empresa, sino como un equilibrio de intereses legítimos en la actividad misma de la organización, para asegurar de este modo que todos los *stakeholders* entren en una reciprocidad del *gana-gana* a largo plazo. La RSC podría así enfatizar su forma de actuar en cualquiera de los enfoques o propósitos de beneficios a corto plazo, y sostiene las bases para construir una sostenibilidad en la empresa a largo plazo, ya que su acento se objetiva en el cuidado de las relaciones que le resultan fundamentalmente para que la empresa pueda seguir operando y generando ganancias para sus accionistas.

Así pues, el modelo de empresa basado en los *stakeholders* aparece como un modelo de empresa plural que da respuesta a la pluralidad de intereses legítimos que surgen en el desarrollo de la actividad empresarial, frente a los cuales la empresa tiene una responsabilidad moral.

Actualmente se entiende que los cinco grandes grupos de interés (*stakeholders*) son los clientes, los empleados, los proveedores, los accionistas o propietarios y la sociedad. Esta forma de entender la empresa, como un conjunto de grupos de interés, presenta varias dimensiones⁴⁰²:

1. *Dimensión descriptiva*: Se trata de crear espacios de relación de todos los grupos de intereses relacionados con la empresa (mapa de *stakeholders*) y analizar las interrelaciones que se producen entre ellos (mapa de coaliciones de los *stakeholders*).
- (1) *Dimensión normativa*: Mapeada la realidad de grupos de interés y las colaciones de los mismos es necesario analizar qué intereses son legítimos y cuáles no. Sólo ante los intereses que posean transparente legitimidad moral, puede la empresa con responsabilidad de dar respuesta. Una responsabilidad que podríamos entender como una responsabilidad moral.

1.2.- Hacia la definición abierta de la RSC

Al adecuar, por un lado, a la empresa responsable (sustentada en su libertad a la hora de tomar decisiones de acción) y por otro lado, al modelo de empresa plural (en el que aparecen diferentes grupos de interés o *stakeholders*) nace el concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

Esta empresa, entendida como responsable, que tiene en cuenta los intereses de sus diferentes *stakeholders* habrá dado ya el primer paso hacia la gestión de la RSC. Pero, ¿cómo saber qué interés o exigencias de dichos grupos son legítimos? Para dar respuesta a esta cuestión es necesario apelar a un modelo de ética empresarial basado en el diálogo. Como afirma la profesora Elsa González Esteban:

*«Se apunta la necesidad de establecer diálogos reales en los que no solo se establezcan relaciones de poder estratégicas, sino que se potencie el diálogo entre los afectados con el fin de intentar desentrañar qué intereses son universalizables o válidos moralmente»*⁴⁰³.

En la misma línea la Comisión de las Comunidades Europeas publicó en marzo de 2006 un comunicado de la Comisión al parlamento europeo, al Consejo y al Comité

⁴⁰² Cf. González, E. (2000): "La gestión de la responsabilidad basada en el enfoque de los stakeholders, en: G. Schar, G., coord. *La empresa socialmente responsable. Ética y empresa*, Madrid, Fundación Cideal, pp. 67-75.

⁴⁰³ González: *La gestión de la responsabilidad basada en el enfoque de los stakeholders*, pp. 89-90.

económico y social europeo en el que ponían énfasis a la importancia de la RSC y los retos de negocio para tomar el liderazgo en ese campo. Del mismo modo, describe la intención que posee la Comisión de seguir promoviendo al RSC como un concepto voluntario y con énfasis en el diálogo entre las partes interesadas⁴⁰⁴.

1.2.1.- La definición equívoca de la RSC

La fuerte influencia que ejercen las empresas en su entorno, o en los comportamientos de consumo, son cuestiones básicas para el funcionamiento de nuestro sistema económico. De ahí, que la actividad que realizan las empresas estén sujetas a diferentes regulaciones dependiendo del país en el que se encuentren, con unos límites distintos de exigencia y una capacidad de vigilancia para su cumplimiento.

De modo especial, en estos últimos años han nacido muchísimas directivas por parte de la Unión Europea. Su transposición desde las mismas en las legislaciones de los Estados miembros buscan prevenir o rebajar las externalidades de malas prácticas empresariales.

Las distintas definiciones que hemos escogido sobre la RSC, en especial la que está recogida en el “Libro Verde” de la Comisión Europea, exigen que el cumplimiento con lo que demandan las distintas directrices comunitarias y leyes nacionales no se pueda considerar RSC, puesto que su primera máxima reza del siguiente modo: “*no venderás como RSC lo que legalmente tienes que cumplir*”.

A partir de esta máxima, tengamos en cuenta que si una empresa actúa como un sujeto ético social responsable implicaría ir más allá de la ley. Habría que conocer y establecer la diferencia que existe entre las acciones que procede de obligaciones legales (es decir, normas, convenios y tratados internacionales y legislación nacional, regional y local) y aquellas que surgen desde la voluntariedad de la adquisición de compromisos morales (normas y estándares voluntarios, códigos de conducta, compromisos corporativos, buenas prácticas, etc.).

Expongamos algunas de las principales legislaciones que afectan directamente a aquellas actuaciones que están recogidas como prácticas que proceden de una forma RSC. Tales legislaciones están vinculadas al sector empresarial, respondiendo de

⁴⁰⁴ Comisión de las Comunidades Europeas, “*Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la Responsabilidad Social de las Empresas*” (Bruselas, 22 de marzo de 2006). Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:es:PDF>. Acceso: 13 de abril de 2017.

manera unilateral sobre las obligaciones que están impulsadas a partir de la legislación actual, y por tanto no son RSC. Veamos algunas de ellas:

- *Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.* Esta Ley se orienta a la prevención de políticas discriminatorias y previsión de políticas activas para hacer efectivo el principio de igualdad. El derecho al trabajo en igualdad de oportunidades es una de sus temáticas principales. Por tanto, adoptar medidas como la prevención del acoso laboral o facilitar a los trabajadores permisos de paternidad, no pueden ser identificadas como acciones socialmente responsables, sino de cumplimiento estricto con la Ley.
- *Ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental.* Esta Ley se dicta para el cumplimiento de la Directiva 2004/35/CE sobre responsabilidad medioambiental en relación con la prevención y reparación de daños. Ésta establece un marco de responsabilidad medioambiental fundado en el principio según el cual “quien contamina paga”, y traslada los costes derivados de la reparación de los daños medioambientales desde la sociedad hasta los operadores económicos beneficiarios de la explotación de los recursos naturales.
- *Ley 13/1982, de 7 de abril, de integración social de los minusválidos (LISMI).* Las empresas públicas y privadas que empleen un número de trabajadores fijos que exceda de cincuenta vendrán obligadas a emplear un número de trabajadores minusválidos no inferior al 2% de la plantilla. Esta Ley también ofrece medidas alternativas que las empresas pueden aplicar para cumplir con la obligación de reserva de empleo a favor de las personas con discapacidad. Así mismo, la disposición adicional 8ª de la Ley de Contratación con las Administraciones Públicas (D.A. 8ª L CAP), dispone la preferencia para aquellas empresas que cumplan sus compromisos de integración social.
- *Ley 31/1995 de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales.* La presente Ley tiene por objeto promover la seguridad y salud de los trabajadores mediante la aplicación de medidas y el desarrollo de las actividades necesarias para la prevención de riesgos derivados del trabajo.

1.2.2.- Las distintas definiciones de RSC

A pesar de la aclaración previa que hemos hecho respecto a la problemática de definir correctamente el concepto de RSC, y partiendo de las premisas anteriores sobre

el modelo de *stakeholders* y el componente ético de la responsabilidad, exponamos las definiciones más representativas por parte de algunas instituciones internacionales para el estudio de la RSC. Ya habíamos hecho anteriormente un avance, pero volvamos sobre la definición que realizó La Comisión Europea, en el “Libro Verde” de 2001, que define la RSC como:

«La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. [...] La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio».

En un documento más reciente La Comisión Europea (2011) la define del siguiente modo *«[...] la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad»* y abarca, como mínimo los siguientes elementos:

*«[...] los derechos humanos, las prácticas de trabajo y de empleo (como la formación, la diversidad, la igualdad de género y la salud y el bienestar de los trabajadores), las cuestiones medioambientales (como la biodiversidad, el cambio climático, el uso eficiente de los recursos, la evaluación del ciclo de vida y la prevención de la contaminación) y la lucha contra el fraude y la corrupción. La participación de las comunidades locales y el desarrollo, la integración de las personas con discapacidad y los intereses de los consumidores, incluida la intimidad, forman parte también de la agenda sobre la RSE. Se admite que la promoción de la responsabilidad social y medioambiental en la cadena de suministro y la divulgación de información no financiera son aspectos transversales importantes».*⁴⁰⁵

Otras definiciones cercanas y expuestas a ésta son aquellas que sostienen lo siguiente modo:

«La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida». (WBCSD, World Business Council for Sustainable Development).

«La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente». (PWBLF, Prince of Wales Business Leaders Forum).

⁴⁰⁵ Comisión Europea (2011): *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*, pp. 7-8.

h«La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa». (BSR, Business for Social Responsibility).

«La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; perseverando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales». (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social).

«La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración». (Foro de la empresa y la Responsabilidad Social en la Américas).

«La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas». (The Center for Corporate Citizenship del Boston Collage).

De estas definiciones podemos descubrir tres aspectos fundamentales, a saber: *responsabilidad económica, responsabilidad social y responsabilidad medioambiental*. Atender a estas tres cuestiones es necesario para entender a la empresa como un proyecto legitimado socialmente y perdurable en el tiempo. Esta triple implicación de la RSC se extiende por cada ámbito de la empresa, tanto en su finalidad y objetivos, como en sus procesos y resultados. Además, esta implicación económica, social y medioambiental presupone tres clases de responsabilidad, que están interconectadas de manera circular y no de modo jerárquico, pues cada una contiene su propio valor intrínseco. Esta triple noción de la RSC ha sido usada en estos últimos años por un número creciente de compañías multinacionales para definir sus misiones, objetivos y resultados.

¿Cómo las podemos identificar de modo más concreto? El enfoque que nos presta la RSC sugiere proceder en dos fases:

- (1) identificando las bases cognitivas y sus cuestiones relevantes desde distintas esferas desde una mirada ética,
- (2) y evaluando esas cuestiones desde una perspectiva ética.

Por tanto, se realiza un listado con aquellos ítems identificados, sin ningún orden en particular o prioridad entre ellos. Y seguidamente se evalúan en términos de exigencias éticas mínimas, obligaciones positivas más allá del mínimo, y aspiraciones de ideales éticos. Ambas fases (la cognitiva y la evaluativa) serán esenciales para comprender la RSC de modo concreto y posible⁴⁰⁶ en sus tres aspectos fundamentales.

- a. *Responsabilidad económica.* La empresa posee el fin más específico desde su forma de ser: generar riqueza en el entorno en el que éstas está inscrita (empleo, innovación, impuestos,...). Esta tarea es fundamental también para su propio desarrollo, pero la riqueza que se genere ha de basarse en valores y prácticas universalizables. Obtener beneficios y maximizar los costes de cualquier tipo (económico, medioambientales, sociales,...) es una tarea fundamentalmente de una empresa socialmente responsable.
- b. *Responsabilidad social.* La empresa, para ser una institución legitimada socialmente, ha de dar respuesta a las demandas que la sociedad le plantea desde los valores y las pautas de comportamiento que la propia sociedad le indica. De este modo, la empresa conseguirá estar integrada en su entorno.
- c. *Responsabilidad medioambiental.* La empresa expresa su responsabilidad social también a través del cuidado de su entorno físico. Esta cuestión se muestra como una necesidad imperiosa para la propia subsistencia de la empresa.

Según el CSR Europe (Corporate Social Responsibility), organización sin ánimo de lucro que promueve la RSC, afirma que:

«La RSC gira en torno a conductas esenciales de las empresas y la responsabilidad por su impacto total en las sociedades en las cuales operan. La RSC no constituye una opción adicional ni un acto de filantropía. Una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos –positivos y negativos- que genera en la sociedad».

Podríamos preguntarnos a partir de lo expuesto: ¿por qué la empresa habría de aceptar la RSC? Porque es el propio mercado el que le obliga a asumir dicha

⁴⁰⁶ Cf. Enderle, G. (2003): “Competencia global y responsabilidad de las Pymes”, en: Cortina A., dir., *Construir confianza. La ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta, pp. 136-141.

responsabilidad como algo necesario para poder seguir compitiendo. No obstante, no parece ése un argumento suficientemente sólido, ya que entonces la RSC se entendería sólo como una cuestión estratégica. Y a partir de lo que hemos expuesto anteriormente, parece más que evidente que es, o debe ser, algo más.

Como hemos afirmado, no se trata de satisfacer solo los intereses de aquellos *stakeholders* que colaboran en la obtención de beneficio económico para la empresa, sino también de todas aquellas demandas de los diferentes grupos de interés que cuentan con una legitimidad moral. Recordemos que las empresas son instituciones que diariamente están tomando decisiones que afectan a su propio desarrollo: invertir más o no, formar a los trabajadores o no formarlos, respetar el medioambiente o no,... Esto significa que las empresas son organizaciones y quienes trabajan en ellas no toman decisiones como sujetos particulares, sino como miembros de la organización, que actúan y deciden tomando como base la libertad para actuar en un sentido o en otro.

De este modo, al igual que las personas son responsables de las decisiones que toman, siempre y cuando no haya sido forzada por un factor externo a tomar dicha decisión; las empresas deben serlo también de las decisiones que ellas libremente tomen y de las consecuencias que éstas tienen en su entorno social o medioambiental.

Tal y como se afirma en la comunicación de la Comisión Europea a la RSC, que se hizo pública un año después del surgimiento del “Libro Verde” de la RSC entiende que:

«La RSC puede, por tanto, ayudar a la consecución del objetivo estratégico establecido en marzo de 2000 en la cumbre de Lisboa, de convertir a la Unión Europea en 2010 en “la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”, y puede también contribuir a la estrategia europea de desarrollo sostenible». (Comunicación de la Comisión Europea relativa a la RSC: una contribución al desarrollo sostenible).

Tomando en consideración las palabras de Adela Cortina, podríamos resumir todas estas cuestiones en tres pivotes por los que las empresas deben de asumir la RSC⁴⁰⁷. A saber:

- *Razones de justicia.* Las personas implicadas en las empresas como los trabajadores, clientes, proveedores, competidores, propietarios o accionistas y

⁴⁰⁷ Cf. Cortina: *Ética empresarial*, pp. 18-26.

sociedad en general no pueden ser instrumentalizadas. Es de justicia, pues, que todos los *stakeholders* sean tratados de forma digna, ya que de otro modo caeríamos bajo los mínimos de una justicia utilitaria.

- *Razones de prudencia.* Es mucho más inteligente optar por una sociedad en que las personas cumplan las normas, se respetan unas a otras y funcionen desde la confianza. Adaptando esto a las empresas, podríamos decir que para éstas es mejor trabajar en un entorno en el que haya cooperación en lugar de conflicto. La empresa es un espacio donde se respetan las normas básicas del mercado, en lugar de actuar sobre el libre funcionamiento mercantil.
- *Razones de eficiencia.* La empresa ciudadana -la que está incorporada a la sociedad- satisface mejor las expectativas de los afectados, generando así un capital valorado en la simpatía y cohesión. La empresa es mucho más accesible para las personas, es más conocida y tiene también una mejor imagen. Pero también, esta empresa está más preparada para anticiparse al futuro, puesto que es de vital importancia que sea práctica, sobre todo en tiempos de incertidumbre como el actual. Podríamos decir, que asumir la responsabilidad social es también un factor de innovación para las empresas.

En definitiva, las empresas necesitan un ambiente social propicio para desarrollar su actividad de modo eficiente. De este modo, la asunción por la RSC se muestra como una herramienta de gestión fundamental, ya que la empresa adquiere legitimidad social, como condición imprescindible para su supervivencia en el tiempo.

1.2.3.- Mediaciones éticas para aplicar la RSC

Veamos ahora algunos medios que sirven para la institucionalización de la empresa que con frecuencia son usados para el intento de consolidar una cultura empresarial basada en una respuesta sobre la RSC como punto de encuentro entre los *stakeholders*.

La historia nos ha enseñado que muchas empresas están desarrollando procesos de transformación de su cultura basados en principios basados en el diálogo entre los miembros de interés como interlocutores válidos. Se trata de descubrir consensos que sean actuales y posibilitadores de valores válidos y practicados, para así poner en marcha procesos de calidad a partir de la realidad misma de la empresa. Tales procesos que se justifican a partir de una propuesta de modelo ético dialógico son netamente motivadores y motivizantes para que su compromiso social se establezca desde el

espacio en el que se encuentran⁴⁰⁸. Veamos algunos recursos que las empresas usan en su propia actividad como institucionalizaciones de la ética⁴⁰⁹:

1.- *Los credos corporativos*. Son el resultado de las claves éticas que respira la empresa respecto a su proyección. Tres son los elementos que la conforman:

- 1) Un enunciado de *visión*, que manifiesta *cómo* quiere incorporar el valor a la sociedad con su negocio. Tal enunciado es el objetivo principal por el que la empresa manifiesta su legitimidad social, es decir: su contribución al bienestar y la construcción social.
- 2) Un enunciado de *misión*, que recoja todas las claves que la organización quiere realizar en la sociedad desde una perspectiva temporal a largo plazo, y también que exprese *cómo* quiere ser vista por la misma sociedad a partir de sus actividades.
- 3) *Jerarquización de valores*. Un listado de valores que la empresa entiende como suyos en su vida ordinaria. Se trata de una clarificación prioritaria de aquellos valores que le ayudan a encarnar su misión de manera excelente, para la fundamentación del reconocimiento con que espera ser comprendida en la sociedad.

2.- *Los seminarios de formación ética y los cursillos de discusión ética* tienen por objeto la investigación y asunción de los valores que la empresa desea realizar entre todos los interlocutores válidos. En estos espacios de investigación se presentan manifiestos, artículos internos y propuestas que reflejan varias cuestiones:

- 1) los principios, normas y procedimientos legales que la empresa debe asumir con el objeto de incitar comportamientos éticos;
- 2) la discusión de casos y situaciones para el mejor funcionamiento de la empresa,
- 3) recopilación de críticas y sugerencias por parte de los participantes con el fin de hacer más eficaces y realistas los contenidos de los investigado y debatido en los espacios de formación.

3.- *Los informes de responsabilidad social y/o de sostenibilidad* congregan una vez al año la actividad que realiza la empresa tanto desde su ámbito interno como externo para analizar su compromiso. En su estructura habitual debe incluir un epígrafe

⁴⁰⁸ Sauquet, A. – Lozano, J.M. (1999): “Integrating Business and Ethical values through practitioner dialogue”, *Journal of business ethics*, 22, 3 (november II), pp. 203-217.

⁴⁰⁹ Cf. Camacho: *Ética y responsabilidad empresarial*, pp. 86-90.

en el que declare los principios con que la empresa se compromete en cuestiones de responsabilidad social como la medioambiental, y seguidamente epígrafes que declaren una hoja de ruta, ya sea interna o externa, a partir de sus fines como empresa inserta en una cultura empresarial.

Estos informes son elementos con aspecto solemne que toman forma de carta de presentación a la sociedad sobre su compromiso ético. Si así fuera, los informes contribuyen a una poderosa orientación e inspiración para sus empleados y a la obtención de un reconocimiento social ante la opinión pública.

4.- *Los oficiales de ética y los comités de ética* son figuras dentro de la organización que buscan suscitar participación en las todas las decisiones dentro de la empresa. El oficial de ética es habitualmente una persona o grupo determinado dedicado exclusivamente (a veces una oficina o departamento que funciona hacia la causa ética), mientras que los comités éticos están constituidos por directivos de diferentes áreas.

Ambos instrumentos (*comités u oficiales*) tiene un papel de actuación previa ante el hecho (proactivo). Entre sus facultades se encuentra el iniciar procedimientos ante la sospecha de comportamientos ilícitos de empleados o de la empresa misma; o más reactivos, en cuanto su función se focaliza en la realización de informes de evaluación ética de las estrategias, políticas, proyectos o procedimientos. La idea principal de este instrumento es la de concretar un control ético experto sobre la actividad regular de la empresa.

5.- Los defensores del usuario, de la comunidad,... (*ombudspersons*) y las líneas de denuncia ética (*ethical hotlines*) tienen el propósito de recoger y procesar todas las quejas y denuncias de los grupos de interés.

A veces, ambos mecanismos funcionan en el mismo universo con los oficiales o comités éticos, de modo que el poder de búsqueda de soluciones se encuentra en esos, mientras que la relación con los *stakeholders*, se establece por medio de los defensores del usuario y las líneas de denuncia ética. En cualquier otro caso, tienen el poder ejecutivo para llamar a fila sobre el área funcional generadora del problema, e incluso para la toma de decisiones sobre cuestiones prácticas problemáticas y de compensación a los perjudicados.

6.- *La auditoría ética* es un instrumento esencial de la gestión ética o gestión basada en valores. Tal espacio existe para la evaluación detallada de cada una de las áreas funcionales de la empresa y de sus relaciones con los diversos grupos de interés.

Buscan establecer extremos como: la índole y los montos de los daños y beneficios que la empresa realiza. El cumplimiento de los principios éticos asumidos por la empresa y el respeto de los derechos de los diversos grupos de interés; la realización y la proyección a la sociedad de los valores de la empresa. La existencia de normas, procedimientos y mecanismos funcionales adecuados para garantizar la eficacia de la organización en todo lo anterior⁴¹⁰.

El objetivo de este espacio no es solo la búsqueda por resolver los acontecimientos cotidianos de la empresa, sino también la proyección a partir de las estrategias y planes, su estructura funcional, los elementos informales de su operación, y en general cualquier tipo de aspecto que pueda tener impacto sobre la calidad ética de la acción empresarial. Como cualquier otra auditoría debe:

- Partir de unos estándares explícitos, claros y completos, que correspondan en verdad a los compromisos éticos que la empresa ha asumido, y a las exigencias sociales a las que debe responder.
- Utilizar procedimientos justos e imparciales, que den a los auditados la oportunidad de presentar sus aclaraciones y explicaciones.
- Alimentarse de toda la información disponible sobre la operación y relaciones de la empresa, contando con recursos para generar nueva información necesaria donde ésta no existe ya.
- Concluir en recomendaciones concretas para mejorar de mera estructural y por tanto continua en el futuro, los aspectos problemáticos que hayan emergido.

7.- El uso de *criterios éticos en la selección y evolución del personal*, fundados sobre sus directrices éticas y funcionales y no en lo que la persona manifiesta. Tales criterios deben responder a una realidad fundamental de la vida moral: con sus acciones y opciones de cada momento las personas construyen hábitos morales positivos o negativos. En cierto modo, los antecedentes éticos de cada persona como candidata a la participación en la empresa deben ser tomados en cuenta, así como los fallos internos de la empresa para el futuro seguimiento.

⁴¹⁰ Sobre la cuestión de la Auditorías éticas, véase un interesante estudio realizado por Aguilar Lozano, J.F. (2007): "Códigos éticos y auditorías éticas" en, *Veritas II*, 17, pp. 225-251.

1.3.- La Pyme, un ejemplo de modelo de RSC

Hasta ahora nuestro camino ha sido analizar, sin adentrarnos de manera específica, sobre la problemática del concepto de RSC. Hemos buscado su raíz desde las razones que nos ofrece la filosofía dialógica que ha sido el marco conceptual y teórico que nos ha ayudado desde aquella máxima que nos ha motivado desde el principio de la investigación: *“Estima de sí, en y para los otros, en instituciones justas”*. Hemos llevado esa raíz de responsabilidad a lo que se entiende actualmente como RSC y hemos dado cuenta de algunas pistas sobre su problemática conceptual y la hemos encuadrado como un complemento moral que se encarna como punto de encuentro entre sus interlocutores válidos para alcanzar un impacto económico, social y medioambiental. Hemos paseado desde las distintas definiciones que nos han ofrecido algunas instituciones internacionales sobre el concepto y hemos puesto en escena algunas de las herramientas fundamentales de RSC.

En este movimiento de corriente abajo seguimos nuestro camino, pero a partir de ahora centrándonos en el contexto que ofrece la RSC en la Pyme como ámbito con mejores miras y posibilidades.

El “Informe RSE y Marca España: empresas sostenibles, país competitivo” desarrollado conjuntamente entre *Forética* y *Marca España* en noviembre 2014, afirman lo siguiente:

«De acuerdo con el Informe Forética 2011, un estudio que analizaba el grado de avance de la RSE con una base de más de mil empresas españolas, un 88,9% de las medianas y grandes empresas mostraban un desarrollo progresivo de la RSE en sus organizaciones. Un 54% de las mismas, según el mismo informe, mostraban un liderazgo a la hora de desarrollar políticas y sistemas de medición y reporte. Un estudio más reciente elaborado por el Club de Excelencia en Sostenibilidad en 2013 con una base de 147 (principalmente grandes empresas), reflejaba que el 52% de las compañías disponían de un sistema de gestión integral de RSE»⁴¹¹.

⁴¹¹ Forética y Marca España (2014): “Informe RSE y Marca España: empresas sostenibles, país competitivo”, Disponible, en: http://foretica.org/documentos/Informe_RSE_Y_MarcaEspana_digital2.pdf. [conectado: 11 de diciembre de 2014].

Contrastando estos resultados con los de años anteriores nos damos cuenta que la RSC ha avanzado potencialmente entre las Pymes, aunque siguen siendo las grandes empresas quien más se han adaptado al modelo estandarizado sobre la RSC⁴¹².

Ante esta situación es necesario potenciar la importancia del papel que pueden desempeñar las Pymes en el impulso de la RSC en el desarrollo local, regional, nacional y europeo⁴¹³. Para este esfuerzo es necesario desquitarnos de una forma de entender la RSC basada en conceptos establecidos e institucionalizados, y disponernos a labrar un nuevo modelo de empresa basado en el compromiso con todos los involucrados en este tejido empresarial y social.

Esta forma de enfocar la RSC, nos hace comprender que la publicación de memorias anuales, o la posesión de un manual de prácticas de RSC, o la actualización de una base de datos de transparencia en la existencia de información para los *stakeholders* en sus portales informáticos no son suficiente. En estos momentos, la opinión pública ante la realidad de la RSC exige algo más que estas herramientas, puesto que demanda que todos estemos involucrados en la idea de tener que construir una sociedad en este presente focalizada hacia un mejor futuro para el conjunto del Plantea⁴¹⁴.

Efectivamente, esta idea supone un nuevo paradigma en las relaciones con los *stakeholders*. Su lazo de unión debe estar basado en la información y en la posición predominante del emisor, dando paso al vínculo emocional que se basaría en aptitudes de diálogo y en la comunión multidireccional e interdisciplinar y participativa. De este

⁴¹² Informe Forética 2010 sobre la evolución de la RSC en España, que afirmaba que la crisis afectaba negativamente en el desarrollo de la RSC exponiendo que una de cada tres empresas españolas ha dejado de realizar actividades en materia de RSC. De este modo la tasa de abandono, en el caso de las pequeñas empresas es de un 18%, frente a las medianas y grandes, donde la tasa apenas supone un 3%.

⁴¹³ Recordemos que en Europa existe más de 20 millones de Pymes que se consideran un elemento clave para alcanzar el objetivo estratégico fijado en Lisboa por la Unión Europea para 2010 sobre cuestiones sostenibles basados en el crecimiento económico, la cohesión social y la protección del medio ambiente. Véase esta preocupación en el Consejo Europeo de Lisboa del 23 y 24 de marzo de año 2000, que cita del siguiente modo en las conclusiones finales: «Convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitivo y dinámico del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social». Disponible, en:

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/124221.htm>. [Conectado: 11 de diciembre de 2014].

⁴¹⁴ Llama la atención un estudio realizado por la Comisión Europea publicaba un Eurobarómetro bajo el título de “La responsabilidad social de las empresas hacia la sociedad”, donde se puede descubrir que el 75% de los españoles se manifiestan “totalmente no informados” sobre lo que hacen las empresas para actuar de forma responsable con la sociedad pese a que un idéntico 75% se pronuncia como “muy interesado” de tener acceso a esa información. Los ciudadanos opinan que las empresas se esfuerzan menos que antes de la crisis por ser responsables. Disponible, en:

http://cincodias.com/cincodias/2013/04/23/empresas/1366732812_280713.html [Conectado: 11 de diciembre de 2014].

modo, todos los miembros de interés serán considerados interlocutores válidos, y donde todas las necesidades, demandas e ideas importan y deberán ser atendidas.

Sobre ese compromiso, llamado en el universo empresarial como *engagement*, la empresa es capaz de ofrecer la confianza necesaria para con sus *stakeholders*, pues garantizaría las relaciones a largo plazo como fuente para la ventaja y la calidad competitiva en la sociedad actual. En este contexto es donde la Pyme se convierte en un valor en alza. Y lo afirmamos así por varias razones:

- (1) Porque la Pyme desde la morfología específica que le define, en ella se pueden vivir y vertebrar acciones mucho más cercanas al impacto del desarrollo local.
- (2) Garantiza una identidad propia donde sus cursos de acción están motivados por el compromiso y los valores permanentes de la dirección de la empresa.
- (3) Ofrece mayores ventajas económicas esperadas y una potente imagen de impacto social más real por el cumplimiento de las normativas.

Tales razones apuntan a que el desempeño de la Pyme en este contexto que ofrece la RSC es constatable cuando se trata de desarrollar actividades a favor de la comunidad local. Si bien es verdad que las Pymes se encuentran desprovistas de un pensamiento estratégico y poseen déficit de gestión en materia de RSC, respecto al ejemplo que sustentan las grandes empresas o multinacionales, quizá posea algo que no se aprende en un manual sobre ética empresarial: “la convicción de que ser socialmente responsable es el comportamiento deseado, justo y que favorece a todos los *stakeholders* y a la sociedad en su conjunto”. Evidentemente, los cambios se producen por acotamiento, limitación, conveniencia o convicción, pero lo que no nos cabe la menor duda es que el cambio por convicción es el que transforma el sistema en un espacio justo, haciéndose valer para desconstruir el paradigma de los modelos de empresas tradicionales. Por tanto, entendemos que la Pyme ofrece mayores garantías y posibilidades para reproducirse y mantenerse en un largo plazo a partir de su rentabilidad ética en el día a día de su empresa.

Basándonos en la propuesta del capítulo segundo sobre la ética empresarial fundamentada en aquel estatuto epistemológico de la “*estima de sí, la solicitud, en instituciones justas*”, dentro de un marco de una *sociedad postconvencional* que procura un espacio de igualdad, justicia y responsabilidad, dentro de relaciones que propicien la convivencia en el que se puedan garantizar las necesidades de las generaciones futuras y

presentes, entendemos que la Pyme es una pieza fundamental para el cambio, pero sobre todo para los sujetos éticos de la dirección. Tales pueden ejercer su liderazgo de manera responsable y comprometida para transmitir con sus acciones concretas una nueva forma de hacer empresa y hacer sociedad, tanto para las personas que trabajan en la misma, como para sus competidores, proveedores, Administraciones Públicas o la sociedad. De este modo, podríamos lograr que todos los involucrados tengan la convicción y la necesidad, así como el deber moral, de ser socialmente responsables como profesionales del mundo empresarial y como ciudadanos. Veamos algunas ideas que nos pueden ayudar para fundamental el vital papel que desempeña la Pyme respecto a la RSC y que vendrá en nuestra ayuda para el estudio empírico que tendrá lugar en la segunda parte de esta investigación.

1.3.1.- La RSC y su aplicación en el desarrollo local

Recordemos que la RSC engloba todo el engranaje que tiene que ver con las decisiones, las medidas, las actividades y las acciones éticas y transparentes realizadas por cualquier empresa durante el desarrollo de su actividad económica. La ISO relaciona la RSC con la sostenibilidad económica, la protección del medioambiente, la salud y el bienestar de la sociedad. De ahí, que las empresas, más allá del espacio y las magnitudes que tenga y el sector en el que esté afincado y su contextualización espacial, son responsables del impacto que provocan sus actividades y sus decisiones.

Unido al sistema educativo, el tejido empresarial es uno de los agentes sociales con mayor capacidad *co-transformadora* en el desarrollo dinámico del contexto concreto en el que se encuentra. De ahí que su protagonismo no pueda limitarse exclusivamente a ser mero proveedor de bienes y servicios. Efectivamente, su margen de maniobra e influencia alcanza a colectivos que van más allá de su mismo ser, como es el caso de la clientela, los empleados, los proveedores o la comunidad en que desarrolla su actividad.

Es habitual entender que gran parte de las empresas medianas y pequeñas consideran que la RSC es un ámbito que sólo puede ser desarrollado y asumido por las grandes empresas, puesto que éstas poseen mayor capacidad para gestionar y financiar medidas o proyectos de alto impacto y visibilidad. Sin embargo, más allá de poder comparar la capacidad e influencia de una y otra, lo que distingue a una empresa responsable de la que no, se encuentra en su forma de delimitar su gestión a partir de las decisiones y actividades que puede controlar, así como sus prioridades y recursos para

la emprendeduría a partir de medidas que sean adecuadas al negocio en el que están involucrados. En el caso de la Pyme podemos afirmar que:

«[...] puede conocer las necesidades de su comunidad local, de un cliente o de un proveedor, con mucha mayor profundidad que una gran empresa y por tanto puede aplicar políticas y desarrollar acciones que resulten más eficaces»⁴¹⁵.

En realidad, la Pyme viene desarrollando desde hace muchos años, casi sin necesidad de haber estandarizado una RSC y de manera natural, algunas consideraciones y acciones concretas que encajan perfectamente con el concepto de RSC que estamos defendiendo, a pesar de que no tengan ningún tipo de manifestación mediática. A ello debemos de añadir que acciones concretas sobre la RSC como la formación continua, la involucración en proyectos para la comunidad, seguridad laboral, promoción de iniciativas culturales, o control del impacto medio ambiental, inserción de ciudadanos con minusvalías físicas o psíquicas y/o comercio justo son productos de una cultura empresarial incorporada como forma de ser y actuar propias del universo de la Pyme⁴¹⁶.

Sin embargo, tales acciones no poseen suficiente repercusión universal en el mundo empresarial, ya que existe una notable falta de conocimiento o conciencia entre las Pymes sobre lo que significa la RSC, o también una falta de comunicación de tales acciones, o simplemente porque se desconocen las razones ante la brutal competencia desleal en el que se encuentra la Pyme por sobrevivir en la lucha del mercado o por la falta de herramientas.

Aunque ya hemos dado algunas pistas sobre el lado positivo y negativo por parte de la Pyme respecto a cuestiones sobre la RSC, veamos los pretextos y las dificultades que hemos descubierto a partir de varios estudios que analizan la cuestión.

1.3.2.- Pretextos y dificultades de la RSC en la Pyme

Respecto a las dificultades que se desprenden a partir de un marco de RSC habría que separar por un lado los factores internos que son implícitos a la misma organización, y por otro lado, los factores externos que son ajenos a la misma empresa. Consideremos a cada una brevemente.

⁴¹⁵ Rivero Torre, P. (2006): “La Responsabilidad social Corporativa en las Pymes”, en: *Lan Harremanak*, nº 14, p. 84.

⁴¹⁶ CF. RSE y PTME (2009): *Del discurso a la implementación. Una perspectiva europea*. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa.

1.- *Factores internos o implícitos.* Existen trabajos e investigaciones que señalan que las principales dificultades por las que una empresa es susceptible a la hora de intentar encarnar los valores y fines que proceden de la RSC tienen que ver justamente con la falta de tiempo para gestionar los momentos de reflexión y diálogo interno entre los *stakeholders* internos. Así como la falta de formación y de recursos humanos propiciados por un momento de crisis donde cada vez es más difícil poder contratar a nuevos empleados. Existen otras dificultades como es el caso del insuficiente interés, compromiso y conciencia que se establece tanto en el tejido empresarial (directores y empleados), como en los espacios académicos de formación sobre cuestiones que tienen que ver con la ética empresarial y en especial con la RSC⁴¹⁷.

Otros frenos tienen que ver con la ausencia de una cultura empresarial como contexto privilegiado para la creación de una identidad o también la falta de indicadores de rendimiento. Siguiendo esta última dificultad, se destaca, por otro lado, las dificultades en las que una empresa se encuentra a la hora de realizar una estructura organizativa, llevando justamente a una notable ausencia de autonomía y de poder por parte de los nuevos empresarios formados en las universidades o cursos de postgrados y los empleados para participar en la toma de decisiones como interlocutores válidos⁴¹⁸.

2.- *Factores externos o ajenos a la empresa.* Algunos análisis comienzan considerando que la primera dificultad es la falta de apoyo y acompañamiento por parte de la Administración Pública tanto local, regional o estatal, así como las pocas ayudas y facilidades para los autónomos en la emprendeduría, la financiación y el mantenimiento en el tejido empresarial. Esta falta de apoyo incide justamente en la falta de recursos financieros así como la ausencia de liderazgo entre los gestores de la empresa o la misma competitividad desleal por parte de empresas cercanas.

Sin embargo, tres son las dificultades más latentes que se hacen presentes en el escenario de la Pyme:

⁴¹⁷ Véase estos frenos que han sido tratados por autores varios: Galán, J. I. *et al* (2012): *Reflexiones sobre la Responsabilidad social corporativa en el siglo XXI*, Universidad de Salamanca; Velásquez, L. – Munguía, L. – Sánchez, M. (2005): “Deterring sustainability in higher education. An appraisal of the factors which influence sustainability in higher education institutions”, en: *International Journal of sustainability in higher education*, 6, pp. 383-391; Nicolaides, A. (2006): “The implementation of environmental management towards sustainable universities development as an ethical imperative”, en: *International Journal of Sustainability in higher education*, 7, pp. 414-424.

⁴¹⁸ Véase, en: Viebahn, P. (2002): “An environmental management model for universities: from environmental guidelines to staff involvement”, en: *Journal of cleaner production*, 10, pp. 3-12; Garavan, T.H. *et al* (2010): “Establishing strategic CSR in SMEs: an Austrian CSR quality seal to substantiate the strategic CSR performance”, en: *Sustainable development*, 8, pp. 90-98.

- (1) La falta de una clara y madura definición de políticas poco ajustadas a las necesidades particulares de las empresas y el contexto en el que se encuentra.
- (2) Completa desorientación general por parte de la Pyme a la hora de hacer concreta la RSC.
- (3) Y, principalmente, la influencia degradante que está suscitando desde hace unos años la situación de crisis económico-financiera actual.

En lo que respecta a las motivaciones que impulsan la RSC en el tejido empresarial encontramos más referencias positivas que negativas. Para empezar podríamos destacar que la adopción de prácticas de RSC se relaciona con la mejora de la imagen y la reputación de la organización empresarial en su divulgación, comunicación e información tanto en las redes sociales, sus portales digitales, revistas, propagandas en los medios de comunicación social. Del mismo modo, tales prácticas mejoran la competitividad y ayudan a generar nuevas ventajas en el tejido competitivo.

Otras motivaciones que ofrece la RSC en la Pyme son la imagen de liderazgo y el carácter innovador entre las organizaciones más cercanas a sí, donde escenifica una efectiva y competente imagen. Lo cual lleva a un aumento y mejora en las relaciones con sus grupos de interés, creación de vínculos o alianzas estratégicas con otros agentes para fomentar la responsabilidad social, o el compromiso social, o ético de los equipos directivos para el desarrollo de acciones de responsabilidad, social.

Por otro lado, cuando una empresa asume el desarrollo de buenas prácticas al amparo de la RSC a partir del cumplimiento de la normativa que está vigente, propicia el uso de prácticas que no se configuran tanto para generar ventajas en el ámbito competitivo, sino que le ofrece condiciones para pensar qué tipo de prácticas se desarrollan en la estructura misma de la empresa⁴¹⁹.

La RSC sería un impulso, como punto de encuentro, que aceleraría las buenas prácticas con sus grupos de interés favoreciendo un impacto social mucho más notable que cualquier otra práctica basada en cumplimientos y manuales morales. Pero para el mundo de la Pyme podríamos destacar algunas pistas motivacionales que ofrece la RSC según manifiesta la Red Española de Pacto Mundial de Naciones Unidas⁴²⁰.

⁴¹⁹ Véase, en: Murillo, D. – Lozano, J.M. (2006): “SMEs and CSR: an approach to CSR in their own words”, en: *Journal of Business ethics*, 67, pp. 227-240.

⁴²⁰ Cf. Red Pacto Mundial España de Naciones Unidas, “Beneficios para la Pyme”, en: *pactomundial.org*. Disponible en: http://www.pactomundial.org/iniciativarsepyme/cap1_1.htm. [Conectado: 10 de diciembre de 2014].

- (1) *Respecto a la gestión*, mejora de la relación con los sindicatos y los poderes públicos; identificación de nuevos mercados y nuevas ideas de negocio; aumento cualitativo de la relación entre proveedores y contratistas; descenso de litigios y sanciones legales. Gestión de riesgos (intangibles, reputacionales, operacionales); investigación y desarrollo de productos, mercados, tecnología, rentabilidad y competitividad.
- (2) *Respecto a los Recursos Humanos (RR.HH.)*, atracción de profesionales motivados por la política de RR.HH.; aumento de la productividad del equipo humano; creación y consolidación de empleo de calidad; fomento de la participación del equipo humano en las acciones de la Pyme; desarrollo profesional del equipo humano; mejora del clima laboral e incremento de la fidelidad y confianza del equipo humano hacia la entidad
- (3) *Respecto al ámbito de mercantil y social*, diferenciación frente a otras empresa; atracción del capital inversor; facilitación en el acceso a subvenciones y concursos públicos; confianza con los consumidores y la opinión pública; e interés en nuevos clientes potenciales.

1.3.3.- Factores básicos la estrategia de RSC en la Pyme

La interacción de la RSC debe de tomarse en consideración teniendo en cuenta tres factores importantes que conforman la visión holística de la empresa y de sus actividades. Consideremos a cada una brevemente teniendo en cuenta que son criterios orientadores para el desarrollo económico, el respeto al medioambiente y el bienestar social:

- (1) *Pensamiento estratégico*. Cada empresa debe valorar, justamente a partir de la actividad que desarrolla, el contexto espacial en el que se encuentra, los fines y misión que le motiva, así como los recursos de los que dispone, y cuáles son los grupos de interés que suponen una mayor ventaja competitiva. En definitiva, se trataría de definir los objetivos y valores fundamentales que debe poseer, así como las responsabilidades hacia sus *stakeholders*. De ahí, podríamos seleccionar aquellas acciones a ejecutar desde la RSC como siguiente paso.
- (2) *Acción*. Cada empresa a partir de aquellas decisiones que quiere llevar a cabo con sus grupos de interés desde la pertinente reflexión estratégica debe de encarnar una serie de medidas y prácticas concretas en forma de hoja de ruta, que deben ser debidamente planificadas y ejecutadas contando con todas las

personas que forman parte de la misma y aquellas que entran en el diálogo como *stakeholders*.

- (3) *Comunicación*. Concretadas aquellas acciones previamente reflexionadas, la empresa debe ser consciente de la importancia de trasladar tanto las acciones llevadas a cabo en materia de RSC como los resultados obtenidos. Esta comunicación debe tener como destinatarios a los *stakeholders* y a la sociedad en su conjunto, así como otras empresas cercanas. Por tanto, este tercer paso trataría de hacer ver una comunicación que sea eficaz, leal, honesta y que produzca resultados beneficiosos para las partes involucradas⁴²¹.

Partiendo de los criterios orientadores que deben llevarse a cabo para la implantación de la RSC, a partir de la reflexión de estrategia, las acciones y la comunicación, nos proponemos clarificar algunos principios que definen a la empresa sostenible juntamente con algunos valores que entendemos que se desprenden de tales principios. Pero previamente vamos a traer un texto que puede venir en nuestra ayuda:

«Según el código de gobierno de la empresa sostenible desarrollado en España por el IESE, la Fundación Entorno y PriceWaterhouseCoopers, empresa sostenible es aquella que integra los siguientes valores o principios: sostenibilidad (búsqueda permanente del desarrollo económico, la integridad medioambiental y el bienestar social), visión largo plazo, diversidad (de opiniones, culturas, perspectivas, edades y sexos en su organización y en las relaciones con su entorno, apertura en el diálogo con las partes interesadas (stakeholders), integridad y responsabilidad. Por tanto, podemos concluir que las áreas de responsabilidad corporativa son básicamente cuatro: la económica, la sociocultural, la medioambiental y unas adecuadas condiciones de trabajo»⁴²².

De tal afirmación podríamos identificar los siguientes principios que proponemos a continuación junto con una serie de valores que se desprenden de la misma:

- a) *Principio de autonomía de gestión*. La empresa responsable se define y se diferencia por medio de un sistema de trabajo único y particular que sea democrático y autogestionado, por lo que mantiene su independencia respecto a otras instancias.

Valores que se desprenden de ella: autogestión y democracia.

⁴²¹ Cf. de Miguel Corrales, M. L. (2011): “La responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa. Guía de buenas prácticas”, en: *Proyecto IMPULSA RSE-PYME* (abril) p. 15.

⁴²² Fernández García, R. (2005): *Obligaciones de la empresa con la sociedad*, Alicante, ECU, p. 158.

- b) *Principio de diversidad* en las opiniones, culturas, perspectivas, edades, sexos,...

Desde su propio origen la empresa defiende y desarrolla un sistema productivo que sea participativo, igualitario e inclusivo. Se adapta al entorno espacial en el que se encuentra y en ocasiones hasta se anticipa a los cambios sociales, lo que la convierte en una empresa con participación cívica.

Valores que se desprende de ella: equidad, inclusión, solidaridad y cohesión social.

- c) *Principio de apertura al diálogo con los stakeholders*. Su crecimiento y desarrollo se realiza de manera mutua con sus grupos de interés. La constante en esta clase de empresa es la cultura empresarial y el establecimiento de sinergias.

Valores que se desprenden de ella: colaboración, intercooperación, dinamización del emprendimiento, socialización de la información y transferencia de conocimientos.

- d) *Principio de la primacía del capital sobre el capital*. Las empresas están orientadas fundamentalmente al bienestar de las personas que en ella están involucradas, no sólo hacia la maximización de beneficio económico. Para ello debe de implicarse en todos los aspectos que afectan a la integridad del ser humano, fomentando de ese modo la participación y la corresponsabilidad en el desarrollo de la misma empresa e impulsando un desarrollo no sólo laboral, sino personal.

Valores que se desprenden de ella: participación, Derechos Humanos, salud y seguridad y desarrollo integral de la dignidad laboral de la persona.

- e) *Principio de Responsabilidad*. Las empresas, como mediadoras en los territorios en lo que se encuentra y operan, buscan un compromiso proactivo por la defensa de los Derechos Humanos, la preservación del medioambiente y el desarrollo sostenible de las comunidad local.

Valores que se desprenden de ella: generación de empleo estable y con calidad, salud y seguridad laboral; desarrollo local, cohesión social comportamiento inclusivo, sostenibilidad y Derechos Humanos⁴²³.

Sin embargo, a la hora de poder llevar a cabo las acciones concretas que deben de respirar a partir de los citados principios y valores, en ocasiones pueden resultar

⁴²³ Véase, este despliegue de principios de manera más extensa, en: Ángel Vega, J.L. (2009): *Responsabilidad social y principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información de la empresa*, Madrid, ESIC, pp.110-115.

insuficientes e ineficaces, ya que la inversión de tiempo en la reflexión de la estrategia, la hora de ruta y la comunicación supondría un notable gasto de energías para su puesta en escena, así como la fijación en prácticas llevadas por otras empresas similares. Tengamos en cuenta que en ocasiones la RSC comienza a tener sentido para la Pyme cuando en otras empresas cercanas se actúa de manera responsable dando de este modo ejemplo contagioso, aunque tales acciones sean de relevancia minúscula. Recordemos que la RSC abarca un amplio abanico de temas al que interactuar, de modo que no sería nada sano que exista un ahogamiento paranoico por querer alcanzarlo todo. Para la Pyme su clave radica en poseer una actitud de la propiedad de la empresa, que suele ser quien en ella integra todas las funciones de dirección y liderazgo. En cualquier caso, «[...] las Pymes van a necesitar presentarse como socialmente responsables, si quieren seguir siendo competitivas»⁴²⁴.

1.3.4.- El liderazgo: virtud del empresario responsable

Esta premisa es de gran utilidad para la aplicación de la RSC en la Pyme, puesto que para ello destacamos la figura del director, como el sujeto ético responsable que toma la decisión de la mayoría de las cuestiones que involucran a la empresa y toma la iniciativa para inicialmente implantar la RSC. Efectivamente, desde la dirección debe ejercerse un *liderazgo responsable* que se debe de materializar en la toma de decisiones, en la forma de relación con los interlocutores válidos y en la gestión del tiempo y las negociaciones tanto de ampliación, despidos o resolución de conflictos. El líder ha de ser un sujeto responsable que tendrá como estandarte la elección en cada momento sobre la forma en que debe de actuar más acorde con la situación a resolver o sobre la que interviene.

*«Un Equipo Directivo profesional ejerce un liderazgo responsable; no se conforma con cumplir la ley, sino que respeta la dignidad de las personas con todo que eso significa; se da cuenta que la legalidad se puede imponer por la fuerza, pero la moralidad no; logra trabajo en equipo y supera el individualismo ya que no existen personalismos ni protagonismos corruptos; ha creado una comunidad de personas, que se dice pronto»*⁴²⁵.

Efectivamente, ejercer una forma de liderazgo es reducir la complejidad de un conflicto o fenómeno crucial para el día a día de la empresa. Tengamos en cuenta que el

⁴²⁴ De Miguel Corrales: *La responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa*, p. 77.

⁴²⁵ Cardona, J.M (2006): *Liderazgo y gestión por 8 hábitos. Del miedo a la confianza*, Madrid, Díaz de Santos, p. 6.

punto de unión entre las diferentes formas de liderazgos se vertebra justamente en la raíz sobre la forma en que es entendida la responsabilidad como afirma Julián Marías como condición de vida que no desfigura y cosifica la realidad humana⁴²⁶. Esta clase de líder es el que responde y transmite con su comportamiento diario los valores y la forma de actuar que son deseables en la empresa y que van conformando justamente una cultura empresarial socialmente responsable en sus cuatro lugares de actuación:

- a) Responsable ante sí misma;
- b) Responsable ante sus colaboradores más inmediatos;
- c) Responsable y responsabilizador ante su propia organización empresarial,
- d) Responsable ante sus *stakeholders* externos y la sociedad en general⁴²⁷.

Efectivamente, para la aplicación de un liderazgo responsable habría que mantener una actitud abierta al aprendizaje permanente, compartir con los demás los mismos conocimientos y experiencias en un ambiente distendido y profesional. Es preciso que exista una actitud de escucha en el contexto en el que se encuentra y también una atención a todas las necesidades, circunstancias y formas de las distintas personas y situaciones. Es un sujeto ético que reconoce la capacidad de aprensión con los demás en un marco de diálogo, respeto y solidaridad.

Por tanto, liderar responsablemente una empresa implica transmitir la importancia de la RSC por medio del ejemplo y del trabajo diario con sus distintos *stakeholders* externos e internos. Si así fuera, la RSC sería un espacio crucial y sano para el universo de la Pyme⁴²⁸. De ahí, que suscribamos las palabras de Adela Cortina cuando considera que:

«Para responder a los rasgos determinantes de la identidad ética del directivo debemos comenzar por lo humanamente más sencillo. A saber: en qué medida detectamos ciertos rasgos personales que capacitan para desempeñar una determinada tarea. Se trata de introducir la pregunta por la “vocación” en la “profesión” del directivo. Cuando al querer responder a esta pregunta intentamos precisar las características del “ethos”

⁴²⁶ Cf. Marías, J (1996): *Persona*, Madrid Alianza, pp. 65-66: «Esta empresa necesaria podría realizar con mayor responsabilidad y garantía de acierto si en esa narración indispensable se usan categorías y conceptos procedentes del análisis de la vida humana, y que por tanto son fieles a su condición. Entonces es posible que al contar la vida no se la esté desvirtualizando por deslizar en su expresión conceptos que la desfiguren en cualquier forma de cosificación o subjetivación [...]».

⁴²⁷ Cf. Moreno, C.M. (2008): “Ética empresarial y liderazgo responsable”, en: Granda Revilla, G. – Camisón, C., dir., *El modelo de empresa del siglo XXI: hacia una estrategia competitiva y sostenible*. Forética, 6 (enero), pp. 35-36.

⁴²⁸ Véase un interesante estudio sobre la realidad del liderazgo responsable, en: Martínez Herrera, H. (2011): *Liderazgo responsable*, Bogotá, ECOE.

profesional del directivo nos encontramos ante las puertas de una “ética del trabajo”»⁴²⁹.

Por tanto, si en la Pyme para hacer presente la aplicación de la RSC tenemos que tener en cuenta la estrategia, las acciones, la comunicación, los principios y valores que se desprenden de ella, así como la figura del directivo desde el liderazgo responsable entendemos que ella misma posee una herramienta más que suficiente para que le sirvan de apoyo en la implementación de la RSC en su propia gestión. A partir de ahí, la presencia de los códigos, normas, textos y manuales recogen los estándares básicos para la actuación de una sana y coherente forma de escenificar la RSC.

1.4.- Aplicación de la RSC en la Pyme

Para disponer de un buen funcionamiento estratégico sobre la RSC haría falta una clara identificación y jerarquización de los diferentes grupos de interés que se relacionan con la empresa. Pero para que tal efecto se produzca, necesitamos entender la RSC como el punto de encuentro. Y para ello es de vital importancia que la empresa disponga de un buen análisis descriptivo de las demandas e intereses para la construcción de un diálogo permanente.

Una vez localizado el mapa de *stakeholders* la empresa debe de proceder a una clarificación de los distintos interlocutores válidos en función de las expectativas, problemas, riesgos, ámbitos geográficos y el impacto de que pueden desempeñar en la actividad empresarial y viceversa. Tal ejercicio, conocido como *mapa de los stakeholders*, ayuda a la empresa a identificar las prioridades en el ámbito de la RSC para cada empresa. De ella, nace un proceso de relación con los grupos de interés que se estructura en: definición de la estrategia, análisis y planificación de las actuaciones, mejora de las capacidades para relacionarse, establecimiento de las relaciones, ejecución de acciones, seguimiento de las mismas e información sobre sus resultados⁴³⁰.

Es importante que esta relación se realice de manera armonizada puesto que su adecuación revierte grandes beneficios empresariales y sociales. Citemos algunos de ellos:

- Facilita la gestión del riesgo y la reputación.

⁴²⁹ Cortina: *Ética de la empresa*, p. 105.

⁴³⁰ Cf. Krick, Th. et alii (2006): *El compromiso con los “stakeholders”*. Manual para la práctica de las relaciones públicas con los grupos de interés. Disponible, en: www.accountability.org.uk; www.StakeholderResearch.com, o www.uneptie.org. [Conectado: 17 de noviembre de 2014].

- Favorece el aprendizaje social, donde las empresas aprenden de sus *stakeholders*. De ese modo se genera innovaciones y mejoras en los productos y procesos.
- Desarrolla la confianza entre las distintas partes que interactúan en el mercado y el contexto social.
- Permite a la empresa:
 - (1) responder con mejor aptitudes ante las dificultades del contexto,
 - (2) posibilitar la apertura en los mercados e
 - (3) identificar nuevas oportunidades de negocio.
- Fortalece el ente social, donde se comparten conocimientos y recursos, se transfieren experiencias, y se mejoran los procesos en la toma de decisiones entre las distintas partes que la conforman.
- Favorece un desarrollo social más equitativo y sostenible. Se posibilita que todas las partes sean tenidas en cuenta y escuchadas a la hora de tomar decisiones e intervenir sobre situaciones como interlocutores válidos.
- Incrementa la eficacia a nivel general combinando recursos (conocimientos, personas, capital, tecnología) entre distintos interlocutores donde se puedan resolver los problemas para lograr aquellos objetivos que, de forma individual, no se podría.

Veamos de modo esquemático el mapa de *stakeholders* antes de analizar a cada uno:

STAKEHOLDERS	DENOMINACIÓN	CARACTERÍSTICAS
INTERNOS	<i>Accionistas/ propietarios</i>	La empresa poseen participaciones en la propiedad de la empresa: accionistas dominantes y minoritarios, individuales e institucionales. Incluye empleados accionistas. Los accionistas que buscan rentabilidad a corto plazo son considerados grupo de interés externo.
	<i>Empleados</i>	Realizan su trabajo dentro de la entidad, con contrato laboral o profesional y reciben una retribución dineraria o en especie: Directivos y no directivos. Incluye trabajadores empleados por medio de empresas intermediarias. Representación frecuente a través de sindicatos.
	<i>Clientes</i>	Consumidores o usuarios de productos y servicios. Grupo hacia el que se orienta la explotación del negocio.
	<i>Proveedores</i>	Aportan trabajos, productos y servicios sin pertenecer a la empresa, en ocasiones de manera exclusiva. Incluye trabajadores o profesionales que facturan sus servicios, al no estar ligados por medio de contrato laboral.
	<i>Competidores</i>	Empresas del mismo sector que ofrecen productos o

EXTERNOS		servicios similares a los producidos por otra empresa. Alianzas de competidores.
	<i>Agentes sociales</i>	Grupos de interés públicos que pueden influir de manera determinante en la gestión de la empresa: sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales,... Grupos de opinión: medios de comunicación, analistas, ONG's,... Mercado de valores.
	<i>Administración pública</i>	Poderes públicos de la UE, el Estado, las Comunidades Autónomas y la Administraciones locales con potestad para la configuración en el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades.
	<i>Comunidad local</i>	Conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local de la empresa: Iglesia, AAVV y de otros tipos, fundaciones, partidos políticos,...
	<i>Sociedad y público en general</i>	Personas, organizaciones y consumidores en general, que aun no teniendo en general una relación directa con la organización, pueden influir en ella.
	<i>Medio Ambiente y generaciones futuras</i>	Entorno físico natural: el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna, los recursos naturales no renovables, así como el patrimonio cultural y artístico. Relación con el concepto de legado de generaciones futuras ante la amenaza.

Desarrollemos cada una de los grupos de interés poniendo el acento a partir de ahora en el papel de la pequeña y mediana empresa para ir encontrando lazos concretos de especificidad para el estudio empírico de la segunda propuesta en este trabajo de investigación. En cada *stakeholders* que iremos analizando expondremos de modo resumido algunos criterios básicos que se deben de tomar en consideración y algunas decisiones concretas socialmente responsables que se desprenden de ella⁴³¹.

1.4.1.- Los empleados

Es evidente que para plantear este grupo de interés, tenemos que tener partir de una premisa fundamental: “*sin las personas la empresa no existiría*”. Siendo el recurso más valioso, los empleados son quienes traducen los objetivos trazados en una hoja de ruta concreta a partir de sus prácticas empresariales y, al mismo tiempo, contribuyen con su presencia y trabajo diario a la confección de la identidad de la empresa.

⁴³¹ Cf. Roser Hernández, I. (2005), “Guía de la Responsabilidad Social Corporativa para las Pymes”, en: *Fundación el Monte* (2005); CEM (2010): *Guía práctica de innovación para Pymes. Acuerdo de responsabilidad social por la economía, la innovación y el empleo en la provincia de Málaga*; DIRCOM (2010): *Guía para la gestión de la RSE en una Pyme*; de Miguel Corrales, M.L. (2011): “La Responsabilidad Social empresarial en la pequeña y mediana empresa. Guía de Buenas Prácticas”, en: *Proyecto IMPULSA RSE-PYME* (abril); Suárez, M. *et ali* (2011): “Guía de Responsabilidad Social Corporativa para Pymes”, en: *ONGAWA*; IZATE (2010): *Guía para la implantación de la RSE en la empresa*”.

De tal proposición entendemos que los equipos de trabajo dentro de la organización son uno de los factores más influyentes -por no decir el más- para la competitividad de la empresa, fundamentalmente para las Pymes. Toda acción que tenga que ver con la RSC dirigidas a los trabajadores son las que mayor impacto positivo tiene para la creación de resultados beneficiosos.

Cualquier práctica que se disponga en relación a los empleados abarca la inversión cuestiones como recursos humanos, salud y seguridad laboral, políticas de igualdad y diversidad, medidas de conciliación y el desarrollo personal y profesional. De esta idea, el “Libro Verde” sobre la RSC dicta exclusivamente un espacio para la gestión de los recursos humanos, destacando la importancia -entre otras- sobre las prácticas responsables de contratación. Tal documento, señala la necesidad de adoptar prácticas no discriminatorias dirigidas a facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres en exclusión, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas.

Estas medidas están confeccionadas para el éxito de aquellos objetivos que se comprometen a la reducción de desempleo, aumento de la tasa de ocupación y la lucha contra la exclusión social previstos en la estrategia europea para el empleo.

En lo que respecta a Europa, encontramos una preocupación creciente por los sistemas que tengan asegurado el bienestar, la seguridad y la salud de los empleados. Por esta razón, se hace necesaria la proyección de aplicar sistemas de certificación de calidad o etiquetado de los productos a vender con criterios que tengan una potente relación con temas como la salud y la seguridad en el puesto de trabajo. Tales criterios se han ampliado incluso para cuestiones sobre cómo asegurar los sistemas de certificación de empresas proveedoras y subcontratas.

De hecho, podríamos incluso afirmar que este grupo de interés ha hecho que la RSC sea entendida como una necesidad en estos momentos de crisis económica. Lo cual ha supuesto una lluvia de nuevas estructuras y sistemas de modificación para la reestructuración y reducción de plantilla, obteniendo grandes repercusiones tanto para el sector empresarial como político. Sin embargo, pocas son las nuevas medidas que han surgido para la creación de empleo y sostenibilidad siendo un tema que ha encontrado pocas soluciones⁴³².

⁴³² Cf. CSR Europe y DG, (2003): “Fomentar la responsabilidad y la Acción social de las Pymes en España”. Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea.

Por esta razón, es de capital importancia que en esta situación de crisis, se tenga susceptible voluntad de prestar mayor atención al equilibrio que existe entre las partes afectadas por la crisis económica, así como las decisiones y formas de hacer y comunicar las medidas a realizar. Si algo nos ha enseñado la historia es descubrir que los empleados son el producto humano más imprescindible para el diálogo como interlocutores válidos en el universo empresarial. Por ello, es necesario que existan políticas de participación e implicación por parte de los afectos por medio de sistemas de información y consulta abiertos. De este modo, se ayudaría a posibilitar nuevas alternativas, incorporar medidas innovadoras en las que se produzca la ecuación *gana-gana* y se garantice la empleabilidad del personal y viabilidad de la empresa.

Decisiones socialmente responsables en los empleados:

- Promover planes sociales de empleo en caso de reestructuraciones para evitar las consecuencias de las mismas.
- Mejorar la empleabilidad de los trabajadores mediante la formación profesional continua, la rotación entre puestos y su participación en el diseño de los planes formativos.
- Incrementar las medidas en materia de prevención de riesgos laborales para reducir la siniestralidad, mejorar las condiciones de salud e higiene en el trabajo. Implantación de un sistema de gestión de salud y seguridad que esté al amparo de la norma OHSAS 18001. Creación de un seguimiento del historial de accidentes, enfermedades y sanciones de seguridad.
- Propiciar la conciliación de la vida laboral y personal articulando medidas que favorezcan la flexibilidad en las relaciones de trabajo: barra libre de horas, teletrabajo, posibilidad de organizar horarios de trabajo, reducción de jornadas, elección del espacio de trabajo por parte de los implicados,...
- Reducir la precariedad en el empleo, favoreciendo la estabilidad en el mismo y limitando la contratación temporal para los casos que sean específicamente demandados por el tipo de actividad.
- Apostar por medidas de inserción laboral de personas con discapacidad y otros colectivos desfavorecidos.

1.4.2.- Los clientes y consumidores

Los clientes y consumidores son el grupo externo y más crítico respecto a una empresa, puesto que su actividad se ejecuta justamente a partir de ellos. De ahí, que sea de capital importancia que la empresa tenga en cuenta las necesidades, el nivel de satisfacción, la calidad de la cobertura comunicativa y dialógica con el cliente, y el grado de confianza producido.

Hemos tratado este tema desde diferentes lugares, puesto que la confianza por parte de los clientes ayuda a mantener un diálogo fluido que pueda ser quien garantice que la empresa sea un espacio de generación de nuevas ideas y de calidad para el mejoramiento y adecuación con sus productos y servicios ante las demandas de los clientes. Al mismo tiempo, tal confianza ayudará a crear nuevos productos y servicios en atención a la demanda mediático-social de consumo y sobre los usos vigentes en el mercado. Pero también ayudará a fidelizar a la clientela como estrategia para el mantenimiento y la supervivencia con la competitividad.

La empresa, como bien hemos afirmado en todo esta investigación, es una instancia que debe ser responsable ante el impacto que producen los bienes y servicios que elabora, presta y comercializa. Tal impacto debe de ser contemplada no sólo desde un marco a corto plazo, sino a largo plazo, pues debe de tener en cuenta además de los clientes y consumidores habituales, a la sociedad en conjunto.

Este grupo de interés son los depositarios de derechos que se transforman en obligaciones ineludibles para la empresa. Muchas de estas medidas vienen impulsadas por los criterios y normas que se encuentran en cuanto a la fabricación, envasado, y características del producto a vender, así como en cuanto a los servicios de venta, garantías y precios. Otras medidas son consecuencia directa sobre el consumo de los bienes y servicios respecto a cuestiones de salud y seguridad de la población⁴³³.

Durante estos últimos años, ha nacido una nueva clase de clientes o consumidores, que ostenta un mayor nivel de información sobre el impacto medioambiental, el origen de las materias primas, su lugar de fabricación y todo lo relacionado con las políticas de integración sobre los derechos humanos. Todos ellos en relación directa con la RSC.

⁴³³ De ahí, que sectores empresariales como la alimentación o jugueterías, hayan derivado en daños para el consumidor, generando de ese modo en Europa una mayor atención sobre la obligación que deben desempeñar las empresas en cuestiones como la información y garantías por parte del cliente.

Decisiones socialmente responsables en clientes y consumidores:

- Implantación de mecanismos para conocer el grado de satisfacción del cliente con el producto o servicio que presta la empresa: encuestas periódicas, servicio de atención al cliente, sistema de análisis de reclamaciones y quejas,...
- Sometimiento a protocolos establecidos de arbitraje para resolución de conflictos y reclamaciones.
- Creación de canales específicos para hacer más fluida la comunicación entre la empresa y el cliente: sistemas automáticos de recepción de preguntas, teléfonos de atención al cliente, espacios web dirigidos al cliente exclusivamente, bases de datos,...
- Colaboración con asociaciones de consumidores (locales o territoriales) por medio de una activa participación en acuerdos dirigidos hacia el fortalecimiento de la transparencia de la información sobre la oferta y la demanda de los productos, servicios y asistencia menos favorecidas para sus clientes.
- Implantación de principios éticos en materia de comercialización y publicidad tendentes a garantizar la seguridad, trazabilidad, calidad del producto y servicio.
- Promoción de la información del producto a vender de fácil acceso a su contraste y ofrecimiento de productos y servicios que respondan a lo que se indica en la publicidad.

1.4.3.- Los proveedores

Este grupo de interés -pensado desde una clave de RSC- se establece en la integración de una gestión responsable en la cadena de suministros. La mayor parte de los estudios sobre esta cuestión se han centrado en las prácticas de las grandes empresas transnacionales y multinacionales. Pero para el ámbito de las Pymes son ellas quienes se establecen como proveedoras de las grandes compañías. Este marco de relación entre las grandes y medianas/pequeñas empresas hace que éstas reciban mayor presión para aplicar criterios de RSC y demanda de productos y servicios como suministradoras.

Por tanto, en medio este ambiente descubrimos que las Pymes se sitúan en el eje central de la cadena de suministros, siendo éstas no sólo las que tienen que cumplir con

los criterios de sostenibilidad, sino que se les exigen que garanticen que todo el ciclo se gestione de modo responsable.

Desconocer esta faceta en el marco de la RSC nos hace pensar que la ecuación de beneficio se irrumpe en la pérdida de clientes, puesto que la mayor parte de las empresas incorporan criterios legitimadores en sus procedimientos de compras y acuerdos comerciales. Así mismo, tales empresas verifican el nivel de cumplimiento de los principios de la RSC con los que los proveedores con los que trabaja. Lo mismo sucede con las Administraciones Públicas, puesto que deben de incorporar criterios medioambientales y sociales en su gestión de compras, por medio de la especificación de estos criterios en las condiciones para la adjudicación de contratos públicos.

Pero para el caso de las Pymes, las exigencias que reciben de las grandes empresas no son adecuadas a las que ellas puedan exigir a sus empresas proveedoras, de tamaño más pequeño. Por cuestión de recursos, generalmente tienen menos poder y menos fuerza.

En la actualidad, vivimos en una situación en el que las materias primas y los servicios suministrados se pueden realizar desde cualquier lugar del mundo. Tal facilidad globalizante ha creado nuevas dificultades para el sector local. Ser responsable en la actualidad obliga a incrementar la atención y a realizar una evaluación más rigurosa acerca de los cumplimientos de los principios que pueden garantizar la sostenibilidad por parte de los proveedores: principios internacionales en materia de Derechos Humanos, derechos de los empleados, protección contra la explotación de menores de edad, cumplimiento de las normas de protección de la salud y la seguridad en el trabajo.

Cada empresa y sector de producción se encuentran sometidos a diferentes riesgos en la cadena de suministros, lo cual incrementa un diseño de la gestión de dicha cadena a nivel de responsabilidad social.

Establecida la tabla de riesgos en la cadena de suministros que se debe adecuar conforme a preguntas tales como: ¿Posee la empresa una marca conocida por el consumidor final?; ¿Cualquiera de los proveedores suministra productos de alto riesgo?; ¿Cualquiera de los proveedores directos trabaja en un país de alto riesgo? Dependiendo de las respuestas que se hayan evaluado sobre la tabla de riesgos, la empresa puede establecer aquellas estrategias que pueda realizar conforme a materias de gestión responsable con cada uno de ellos, concretando a partir de medidas concretas en el

proceso de decisión previo a la interlocución con los proveedores, los valores definidos por la empresa que indiquen si existen impactos:

1. *Económicos*: relaciones equilibradas entre proveedor y empresario, plazos de entrega y pago, abastecimiento local, corrupción, sobornos, amenazas o discriminación competitiva desleal, situación económica de los proveedores, canales de transparencia entre las dos partes.
2. *Sociales*: libertad de asociación y libertad sindical, discriminación en materia de empleo, salarios justos, trabajo forzoso e indiscriminado, responsabilidad con el producto que se vende,...
3. *Mediambientales*: residuos industriales dañinos al ecosistema, danos a la biodiversidad en la extracción de materias primas, consumo de agua y reciclaje de productos tras su consumo, contaminación y emisiones de carbono u otros,...

Decisiones socialmente responsables en los proveedores:

- Crear políticas de controles periódicos sobre el cumplimiento del Código de conducta con cada uno de los proveedores, su grado de satisfacción y fidelidad. Para ello, se hace necesaria unas visitas esporádicas a los proveedores, entrevistas para la renovación de contrato, encuestas periódicas sobre las expectativas y satisfacciones por las partes.
- Diseñar un cuestionario para el diagnóstico y evaluación de los proveedores aplicando medidas transpiradas a partir de la RSC.
- Fomentar la formalización de acuerdos de sensibilización conjunta con proveedores habituales.
- Formalizar convenios de colaboración con proveedores dirigidos a mejorar la eficiencia de los procesos: rutas de transportes, canales de comunicación que sean ágiles para las partes, minimización del consumo de recursos y colaboración en medidas de reciclaje.
- Servicio de atención a proveedores, recepción de quejas y reclamaciones, y buzón de sugerencias.

1.4.4.- La competencia

Una de las grandes ventajas que posee la Pyme es que se diferencia en que hace que la competitividad se pueda convertir en productiva desde acciones bajo el influjo de la RSC. Entre ellas, dígase sobre su flexibilidad y plus de cercanía local para los

problemas del mismo. Sin embargo, la competencia local de las Pymes es el juego de supervivencia mercantil, puesto que limita su desarrollo, reduce sus dimensiones, posee menos acceso a la información y carencia de pensamiento estratégico, escasez de recursos económicos, así como menor impacto mediático de sus iniciativas.

Para la Pyme la iniciativa de trabajos en conjunto puede ser un buen mecanismo de supervivencia, puesto que desarrollaría un crecimiento cualitativo adaptado a las circunstancias en la que está inscrita. Las alianzas estratégicas entre competidores ayudarán a dar cobertura a las necesidades del mercado desatendidas por las grandes empresas.

El principio económico de libre competencia que rige la actuación empresarial desde armonizarse con un comportamiento leal entre competidores e, incluso, con una actitud cooperadora que pueda mejorar las condiciones del mercado de beneficio de todos y extender los límites de las Pymes.

Por tanto, una empresa socialmente responsable se relaciona -siempre en términos de colaboración y reciprocidad- con sus competidores generando acuerdos legítimos de beneficio entre las partes y evitando el mayor perjuicio a ninguno de los implicados en el pacto. Al mismo tiempo, los proyectos en colaboración suponen una forma de integrar toda la energía de manera conjunta dando ventajas de costes, aumento de la innovación tecnológica y una mayor capacidad de inversión. Es evidente, que aunque pareciera mentira, un modelo de RSC basado en una honesta relación de diálogo entre *stakeholders* (empresa-competencia) revierte mayores beneficios a largo plazo, que aquella que se basa en una competencia feroz que está más pendiente del beneficio a corto plazo.

En una situación de inestabilidad económica y política como la actual, el juego por la supervivencia en un modelo de mercado de competitividad feroz es la ley que rige en la práctica diaria. La batalla por el abaratamiento del precio es capaz de rebajar tanto los costos de una manera tan imposible que el servicio de calidad y los pagos de salarios no se adaptarían a las garantías de los convenios colectivos de aplicación. Sin embargo, su peor consecuencia no sólo sería ésta, sino que tales prácticas acabarían deteriorando la imagen general de las empresas que pertenecen a un mismo sector, devaluándose así los servicios y la profesionalidad del mismo. Habría que incidir en plantear una competencia de colaboración entre las empresas desde la RSC. Este modo de asociacionismo puede ser útil para establecer procesos de autorregulación, los cuales

pueden ayudar a trazar un camino hacia la elaboración de códigos de conducta para aplicar unas normas mínimas de convivencia y competencia que deban ser respetadas por los interlocutores.

Decisiones socialmente responsables en los competidores:

- Diseñar y participar en proyectos en materia de RSC entre varias empresas competidoras.
- Promover la creación líneas de trabajo en materia de RSC dentro de las asociaciones sectoriales en las que se participa.
- Compartir las buenas prácticas en materia de RSC a través de la participación en proyectos conjuntos, en actos y jornadas de difusión sobre la RSC, participando en una asociación compartiendo conocimiento y experiencias en la materia.
- Diseñar y ejecutar conjuntamente talleres, cursos y jornadas formativas en materia de RSC aplicadas al sector de actividad.

1.4.5.- El Medio Ambiente y las generaciones futuras

El Medio Ambiente es un bien básico de la Humanidad, que no sólo debe ser protegido, sino que además debe ser disfrutado por todos los que habitamos en este Planeta en igualdad de condiciones con el daño menos posible dando sentido a nuestras acciones de responsabilidad ante las futuras generaciones. La protección del Medio Ambiente está presente en multitud de documentos oficiales, entre ellos podríamos citar el Pacto mundial de las Naciones Unidas (UN Global Compact) que destaca las orientaciones que dictaminó la Declaración de Río (1992) sobre respecto desde un enfoque preventivo.

Desde el espacio empresarial, la RSC posee un *stakeholders* de gran autoridad, puesto que desde ella se deben de tomar medidas preventivas que supongan el alejamiento de malas prácticas que dañen el ecosistema. Cualquiera de las actividades empresariales, tanto en el sector industrial, agricultura, servicios, alimentación, información, energía,..., producen un impacto medioambiental con consecuencias nefastas para la salud de la vida humana, la flora y fauna y la disponibilidad de tener a disposición bienes y recursos naturales en el futuro. Tal impacto se establece por el consumo desmedido de los recursos, la generación descomprometida de emisiones contaminantes o residuos. De este modo, se están ocasionando graves complejidades para el Planeta, nuestra existencia y de las futuras generaciones. Todo ello, si añadimos

la problemática del cambio climático que como consecuencia de suyo establece temporadas de sequías, alteraciones en los ecosistemas, pérdidas de la vegetación, disminución de especies marinas, contaminación del aire, y muchas otras más que van en detrimento de la calidad de las empresas y sus productos.

Por tanto, la RSC debe intentar encontrar un punto de armonización para que el uso de los recursos naturales sean lo más equilibrado y sostenible posible para el desarrollo económico. Ello implicaría la necesidad de introducir a filas la dimensión natural en la RSC como un ente con vida propia para una coherente lectura sobre los procesos de producción de los bienes y servicios y una disminución al máximo de su impacto medio ambiental.

Cada una de las acciones que pueda tomar una empresa que sea socialmente responsable sobre su impacto sobre el medioambiente debe pasar por el conocimiento y el cumplimiento de la legalidad sobre esta materia, su consumo responsable y eficiente de los recursos (ahorro en la factura de luz, reducción de las tasas de gas, buen uso del agua,...) y una política de minimización en la generación de residuos y emisiones nocivas, poniendo especial cariño en la reutilización y reciclado de productos (tinta de impresora, vidrio, reciclaje de vidrio o plástico,...).

Decisiones socialmente responsables ante el medio ambiente:

- Implantar el Ecodiseño en los productos orientado a favorecer su reciclaje y reutilización, facilitar su desmontaje y su desguace, reducir, simplificar y estandarizar.
- Apostar por la Ecoeficiencia, produciendo bienes y servicios a un precio competitivo, que satisfaga las necesidades humanas y la calidad de vida, al tiempo que reduzca progresivamente el impacto ambiental y la intensidad de la utilización de recursos a lo largo del tiempo, hasta un nivel compatible con la capacidad de carga estimada del planeta.
- Implantar Certificaciones ecológicas, como un sistema único y válido para todos los estados miembros de la Unión Europea y totalmente voluntario, que identifica aquellos productos cuyo proceso de elaboración no tiene efectos negativos sobre el medioambiente.
- Establecer sistemas de Gestión Medioambiental en la empresa: norma ISO 14001, EMAS (Eco-management and Audit Scheme).

- Establecer alianzas con las organizaciones cívicas que destaquen por la defensa y protección del medioambiente, sobre todo en el territorio donde actúa cada empresa.
- Promover la firma de acuerdos ambientales con las Administraciones Públicas para conseguir compromisos sectoriales en orden a minimizar de forma voluntaria el impacto ambiental o, para facilitar el cumplimiento progresivo de la legislación ambiental vigente.
- Llevar a cabo Estudios de Impacto Ambiental (EIA) en la puesta en marcha de proyectos y fabricación de un producto, identificando los efectos (en la extracción de la materia prima, el proceso de envasado, el uso por el consumidor,...), que la realización de un proyecto puede producir sobre los diferentes aspectos ambientales.
- Realizar un plan de minimización de residuos y/o emisiones, con la finalidad de reducir los subproductos y los contaminantes generados por los procesos productivos.

1.4.6.- Las Administraciones Públicas

La responsabilidad social ha dejado de ser un utensilio del Estado y ha terminado por ser simplemente un instrumento basado únicamente en políticas generales, para centrarse en lo particular. De este modo, se reconoce la gran aportación de las empresas que generan nuevas iniciativas de instrumentalización de la RSC en el nivel macroeconómico y político. Todo ello, supone tener en cuenta los aspectos sociológicos del tejido de relaciones entre los distintos agentes que intervienen en un territorio.

En lo que respecta a la Pyme, el interés sobre este grupo de interés es el de crear relaciones de confianza, especialmente en el margen local o regional como ámbitos en los que suele operar, puesto que dichas relaciones serán fuente de recursos a través de las subvenciones, la participación en proyectos y la contratación pública. De este modo, las Pymes son para las entidades públicas el mayor colaborador en la creación de empleo y riqueza del territorio que gestionan.

Y en lo que respecta a las Administraciones Pública, éstas deben entender su relación con la empresa como las principales impulsores de la implantación de la RSC en las Pymes. De este modo, se desarrollan numerosas iniciativas dirigidas a la sensibilización sobre la necesidad de incorporar estrategias empresariales basadas bajo

el principio de igualdad de oportunidades, la gestión medioambiental y la facilidad de producir empleo a personas pertenecientes a colectivos desfavorecidos.

Uno de los lugares con mayor manifestación de la relación de colaboración entre las Administraciones Públicas y la empresa es la constitución del Consejo Estatal de RSC en el que conviven unas y otras, junto a otros agentes representativos de la sociedad como los sindicatos, ONGs,...

Decisiones socialmente responsables ante las Administraciones Públicas:

- Participación activa en consejos asesores o consultivos promovidos a nivel local o regional (consumo, sanidad, turismo, comercio,...) lo que permitirá conocer con anticipación los cambios legislativos que afectan a la actividad de cada empresa.
- Ser proactivos en la gestión de la información procedente de las Administraciones Públicas para conocer iniciativas en sostenibilidad y RSC que se estén desarrollando en el territorio: participación en portales, suscripción a *newsletter* promovidos por las Administraciones Públicas. Y consulta periódica de los Boletines Oficiales de la Provincia o del Estado.
- Establecer una política de fiscalidad responsable: cumplimiento de la legislación vigente en materia de impuestos, presentación diligente de declaraciones fiscales, pago en plazo voluntario de impuestos evitando la morosidad fiscal, erradicación de prácticas de evasión fiscal, no contratación con proveedores que operen en la economía sumergida.
- Controlar y sancionar prácticas ilícitas de persona de la empresa en la búsqueda de trato de favor por parte de las administraciones (corrupción).
- Participar en iniciativas públicas de sostenibilidad y la RSC.
- Suscribir convenios de colaboración con la Administración Local para la contratación preferente de personas de territorio, vinculación al municipio, visitas escolares a la empresas y/o seguimiento del impacto medioambiental de la empresa

1.4.7.- El territorio local

Dentro del universo de las Pymes descubrimos que posee claras características especiales que facilitan la interrelación con su entorno o comunidad, y las posibilidad de

actuar de forma responsable sobre él: poca distinción entre los roles de gerencia y propiedad⁴³⁴, están orientados de manera principal al a solución de los problemas derivados del día a día, las relaciones interpersonales y la comunicación de carácter informal son muy importantes⁴³⁵.

Dentro del territorio local como ámbito de actuación de la Pyme se descubre que los principales agentes sociales con los que se relaciona es la Administración Pública, las ONGs y otro tipo de entidades no lucrativas que conforman la sociedad civil en sus distintas formas de organización. Tradicionalmente, la RSC se ha unido a la acción caritativa y filantrópica de las empresas, pero hoy en día esta concepción está superada, puesto que la empresa se ha convertido en un agente social más del territorio donde lleva a cabo su actividad. Justamente a partir de ello es cuando nace la necesidad de establecer relaciones con el sector público y el tercer sector.

En el ámbito comunitario, el papel activo de la empresa puede ser muy importante en áreas como la educación, la protección medioambiental, la ayuda a colectivos desfavorecidos (pobreza, discriminación, exclusión social,...), la cultura, la cooperación al desarrollo y la salud. Las posibilidades de acción en este campo van desde las más puntuales, como es el caso de donativos, participación como socios o colaboración en proyectos, hasta acciones estables como las asociaciones estratégicas.

En efecto, la acción social de la empresa abarca el empleo local, dando prioridad en la contratación a los desempleados locales, el apoyo a causas sociales desarrolladas por las entidades no lucrativas del territorio y la preferencia por la contratación y subcontratación de empresas proveedoras locales. Para ello, es imprescindible que la Pyme establezca un diálogo permanente con los distintos grupos de interés de su territorio (autoridades locales, asociaciones, colegios profesionales, centros educativos, medios de comunicación) escuchando sus necesidades y expectativas, y promoviendo o participando en actividades que sean beneficiosas para la población o para determinados colectivos específicos.

Esta relación también se puede realizar desde el tercer sector y debe de intensificarse a través de acuerdos de cooperación preestablecidos. Para esta relación de

⁴³⁴ Cf. Spence, L. (1999): "Does size matter? The estate of the art in small business ethics", en: *Business Ethics a European Review*, 8 (9), pp. 163-172.

⁴³⁵ Cf. Spence, L. – Lozano, J.M. (2000): "Communicating about ethics with small firms: experiences form the UK and Spain", en: *Journal of Business Ethics*, 27, pp. 43-53.

asociación entre empresas y el sector no lucrativo es necesario que sea beneficioso la creación de planificación del acuerdo:

- efectuar un diagnóstico e identificar los temas sobre los que se puede cooperar,
- establecer canales de comunicación eficaz,
- seleccionar a las entidades del territorio que puedan ser los mejores socios,
- definir bien el acuerdo por escrito,
- involucrar a las personas y los recursos precisos para llevar a cabo
- y hacer un seguimiento y evaluación de los resultados del acuerdo.

Decisiones socialmente responsables ante el desarrollo local:

- Promover el voluntariado corporativo: la empresa promueve e involucra a su personal en la realización de actividades a favor de la sociedad, generalmente en su comunidad local y en colaboración con una organización social. Los trabajadores/as participantes, prestan a estas organizaciones su tiempo, sus conocimientos, su saber hacer, de forma gratuita y dentro del tiempo de trabajo sin descuento de su salario.
- Desarrollar campañas de marketing con causa: las empresas pueden realizar entre sus clientes y colaborar en campañas de captación de fondos a favor de distintas causas sociales de la comunidad local o global, vinculadas a la venta de sus productos o servicios. Es importante que exista una coherencia entre la causa social y la actividad o fones de la empresa.
- Participar y/o financiar proyectos de investigación y/o becas. Priorizar las compras a proveedores locales.
- Destinar un apartida presupuestaria a las denominadas compras solidarias procedentes del comercio justo o de empresas cuyo personal empleado son colectivos en exclusión, como es el caso de centro especiales de empleo, empresas de inserción social,... algunos ejemplos puede ser los regalos de empresa, el café, la limpieza, papel, buzoneo y felicitaciones.
- Realizar donaciones a entidades no lucrativas (de carácter social, cultural, deportivo o medioambiental,...). Es importante seleccionar el tipo de asociación o fines que se quien apoyar en base a que tengan más impacto en el territorio y estén más vinculadas a los valores, fines o actividad de

la empresa. Las donaciones pueden ser tanto en dinero, como en especies (libros, excedentes de productos, servicios, ordenadores,...).

- Participar en actividades desarrolladas en el ámbito de la comunidad local (competiciones deportivas, iniciativas culturales, proyectos sociales o sponsorizar actos de entidades no lucrativas).

III.- CONCLUSIONES FINALES

Todo lo que hasta ahora hemos visto en nuestro análisis sobre el papel de las microempresas y Pymes nos pone en aviso para una buena forma de implantar la RSC. Efectivamente, la micro, pequeña y mediana empresa tienen como meta perseguir objetivos que están más enraizados en la comunidad local, que a diferencia de las grandes empresas son más cercanas y poseen mayor margen de comunicación con sus *stakeholders*. Por su propia constitución poseen una estructura mucho más flexible, y menos burocrática, puesto que participan en las mismas fases del proceso de producción con sus proveedores y productos, así como con sus clientes y consumidores. La Pyme es el espacio empresarial que alberga un proceso de dinamización y de crecimiento para el desarrollo local, así como fuentes de capacidades empresarial y de empleos productivos y con una mejor hoja de ruta. De ahí, que nos hayamos preocupado tanto a lo largo de esta última parte de la investigación sobre su papel más humanizante y humanizador que el que una gran empresa pueda demostrar⁴³⁶.

En lo que respecta al mapa español de las Pymes gran número de autores⁴³⁷ nos han hecho entender que a la hora de aplicar actuaciones de RSC habría que añadir un radical endeudamiento por la escasez de crédito y la ausencia de exigencias. Todo ello sería caldo de cultivo para la dificultad de invertir y crear nuevos puestos de trabajos⁴³⁸.

⁴³⁶ Díaz, F. *et al* (2011): “Evaluación de prácticas de responsabilidad social corporativa: comparación de las empresas españolas y chilenas”, en: *Fundación Carolina-CeALCI*, Madrid, 61 (julio). Recordemos que las Pymes representan entre el 94% y el 99,86% del entramado empresarial y sobre un 40% de la población activa. Véase, en: Fundación Alternativas, 2009.

⁴³⁷ Para un análisis DAFO sobre la implantación de la RSC en las Pymes véase en Fundación Alternativa 2009, 2010 y 2011. Véase también una interesante contribución, en: Fernández Daza, E. (2011): “La responsabilidad social de las empresas como estrategia de salida de la crisis”, en: *VI Congreso Internacional Rulescoop - IV Jornadas técnicas “Soluciones de la Economía Social y Solidaria a un mundo en Crisis”*, Fundación Universitaria de San Gil, Unisangil, San Gil, Santander, Colombia, pp. 217-228.

⁴³⁸ Cf. Morrón Ribera, J. – Vidal Martínez, I. (2005): *Responsabilidad Social Corporativa*, Madrid, Fundación Confemetal Ed.; OIT-IIEL, *Informe sobre los salarios en el mundo 2013: los salarios y el crecimiento equitativo*. Disponible en:

Sin embargo, pese a que así esté el panorama actual en España, las Pymes están llamadas a incorporar a filas las prácticas de RSC en medio de sus procesos internos de producción y focalizado hacia su relación con los *stakeholders*. Habría que suscitar una nueva conciencia para que puedan plantearse medidas e incentivos que atraigan a las Pymes hacia el acercamiento sobre un modo de ser responsable socialmente y puedan facilitar de ese modo un protagonismo en sus prácticas. Tengamos en cuenta que estas actuaciones de RSC no deben partir únicamente de una iniciativa paternalista de parte de la Administración Pública, sino que deben partir al mismo tiempo del sector privado⁴³⁹ por medio de la confección de cámaras de comercio o redes locales de empresas, o simplemente propiciar el aumento de la emprenduría⁴⁴⁰.

En este sentido, descubrimos que las ventajas de implantar un sistema empresarial basado en la RSC son de grandes consideraciones tanto para su puesta en marcha en la actividad económica en medio de contexto de crisis tanto por sus aportaciones en el progreso del conocimiento, como en su relación con los *stakeholders*, su reputación, control de riesgo, mejora en las ventajas competitivas siendo su tarjeta de presentación en la cultura empresarial en la que respira,...⁴⁴¹

Si partimos de esta premisa, podríamos incluso combinar algunas fortalezas con las que los sectores emergentes ofrece: la cultura y el ocio, la economía verde y sostenible, los servicios sociales entre otros y unido a fórmulas y valores propios de la economía social y solidarias o alternativa⁴⁴².

Respecto a la realidad actual de la RSC, el informe de la Fundación Alternativas (2009) diferencia entre los optimistas y los pesimistas⁴⁴³. Veamos cada una como líneas finales para este estudio:

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--omm/documents/publication/wcms_195244.pdf. [Conectado: 12 de diciembre de 2014].

⁴³⁹ Un ejemplo de esta relación con el sector privado sería la presencia de las entidades financieras locales que tengan la absoluta disponibilidad para aportar microcréditos o préstamos con intereses bajos para que las Pymes puedan actuar de manera responsable de su producción de bienes y servicios y del ecosistema humano en el que está inserto.

⁴⁴⁰ Cf. Morrón Ribera – Vidal Martínez: *Responsabilidad Social Corporativa*, p. 23.

⁴⁴¹ Como bien lo expresa el informe de la Fundación Alternativas del año 2009.

⁴⁴² Para un mayor desarrollo sobre la realidad de la economía social, véase un interesante estudio de:

⁴⁴³ Para el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) véase en la implantación de la RSC, en: CERSE (2011). O véase también, en: Fernández Daza, E. (2011): “La responsabilidad social de las empresas como estrategia de salida de la crisis”, en: *VI Congreso Internacional Rulescoop - IV Jornadas técnicas “Soluciones de la Economía Social y Solidaria a un mundo en Crisis”*. Fundación Universitaria de San Gil. Unisangil. San Gil. Santander. Colombia, pp. 217-228. Disponible, en: http://cies2011.unisangil.edu.co/ponencias/memorias_rulescoop_2011.pdf: [Conectado: 1 de diciembre de 2014].

Los optimistas entienden que en una situación de ruptura como la actual en tiempos crisis, la RSC servirá para que las empresas revisen sus propias políticas para diferenciarse respecto a sus competidores. Esta primera motivación ayudará a la situación presente para que se pueda resolver como un estímulo para el desarrollo de la misma. No obstante, se ha avanzado mucho sobre el compromiso con la RSC tras un largo proceso de maduración que ha sido el resultado de las experiencias y debates concretos que han puesto en evidencia la creación de valor por parte de las empresas para contribuir con su presencia en el cambio social y ambiental de sus actuaciones excelentes.

Muchas empresas (pequeñas, medianas y grandes) han incorporado a sus propias políticas internas de RSC constituyendo de ese modo con herramientas prácticas como la creación de direcciones y departamentos específicos, la elaboración de memorias de sostenibilidad y desarrollando sistemas de indicadores de RSC en su gestión para escenificar su comportamiento socialmente responsable. Por ello, lo que se procura es la búsqueda de una buena imagen y reputación ante sus *stakeholders* debido a las demandas de la opinión pública y los consumidores, confirmando así el cambio de la cultura empresarial española hacia planteamientos con nuevas perspectivas⁴⁴⁴.

De este modo, además de la confirmación avalada por las principales organizaciones internacionales (ONU, OCDE, G-20, Unión Europea,...) el concepto se ha institucionalizado⁴⁴⁵. Existen diversos observatorios de la RSC, foros y redes empresariales, así como Universidades y Escuelas de Negocios que han incorporado a sus planes de estudios capítulos enteros destinados a la RSC.

Por el contrario, *los pesimistas* son algo más escépticos. Entienden que la RSC sigue siendo un término cada vez más trivial, cosmético y ficticio, y que desgraciadamente terminará por extinguirse a lo largo del tiempo. Entienden que las políticas que se están realizando ante la situación de crisis pueden ser consideradas de acuerdo con el punto de vista de la RSC. De este modo, por ejemplo algunas empresas

⁴⁴⁴ Cf. Carneiro, M. (2004): *La Responsabilidad Social Corporativa interna: la "nueva Frontera" de los Recursos Humanos*, Madrid, ESIC Editorial; Morros, J. – Vidal, I. (2005): *Responsabilidad Social Corporativa*, Madrid, Fundación Confemetal; Cordero, C. (2010): "Introducción", en: *ORSC*, pp. 5-15; González Muntadas, J. (2013): "Desde la experiencia sindical. Una mirada a la RSC", en: *Cátedra Inditex-Universidad A Coruña de Responsabilidad Social*, p. 6. Disponible, en: <http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/10/secciones/tematica/pdf/04-rsc-esarrololocal.pdf> type="application/pdf">. [Conectado: 1 de diciembre 2014].

⁴⁴⁵ El Libro Blanco de la subcomisión del Congreso de los Diputados, el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de la Empresa, la Ley de Economía Sostenible de 2011.

grandes con sede central en España no han tomado de los *stakeholders* para desarrollar los sistemas de gestión (auditorías internas, confusión entre la voluntariedad de la RSC con unilateralidad en la aplicación y autorregulación).

Del mismo modo, quienes postulan esta idea pesimista sobre la RSC entienden que no favorece en nada para su comprensión puesto que en muchas ocasiones ha sido motivo de comportamientos irresponsables de muchas empresas. Por ejemplo: aquellas que se han permitido el lujo de realizar masivas y sorprendentes reducciones de plantilla y la pérdida de beneficios sociales y abusados sacrificios por la innovación por considerar prioritario el centrarse en los beneficios económicos. Tampoco habría que olvidar la dejadez a la hora de aplicar normas laborales y de Derechos Humanos, o comportamientos bancarios que han estado alejados de un marco de referencia de RSC. Tales conductas no ayudan al fortalecimiento de la confianza social en las empresas, sino que muestra la inmadurez de entender la RSC y el camino que sigue por delante para poder seguir trabajando respecto a ella.

Por otro lado, así como la reestructuración de las políticas de RSC que los optimistas entendían como un impulso a la misma, también puede entenderse como un intento de usar el contexto actual para impulsar una RSC instrumentalizada y manualística, donde todas las carencias que ya se veían en el Informe de 2007, cierran el paso a un posible interés por implantar una RSC estratégica e integradora⁴⁴⁶.

Vistas las dos perspectivas a partir de algunos estudios realizados sobre el tema⁴⁴⁷ podríamos afirmar, y bajo el amparo del peso de todo lo que hemos analizado hasta ahora desde la idea de una ética empresarial basada en la forma de comprender un “yo” con poder de ser libre desde aquella máxima: “*estima de sí, para y con los otros en instituciones justas*” en el marco de una sociedad postconvencional, que la huella que la RSC deja estará marcada, en el estado actual, por su papel secundario sobre cómo la empresa desearía implantarla. Sin embargo, los datos y los análisis correspondientes afirman que aquellas empresas que gestionen un modelo integrado a partir su identidad

⁴⁴⁶ Cf. Rodríguez Fernández, J.M. (2010): “Evangelio de la riqueza y crisis de la Responsabilidad Social Empresarial”, en EsF, “La RSE ante la crisis”. *Dossieres EsF*, 4. Economistas sin Fronteras (enero), pp. 17-20.

⁴⁴⁷ Cf. Server, R.J. – Capó, J. (2009): “La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas”, en: *CIRIEC- España. Revista de Economía Pública. Social y Cooperativa*, 65, Valencia, pp. 7-31 en: (<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17412326002>): [Conectado: 1 de diciembre de 2014]. O véase también, en: Puerta, J.F. (2012): “La RSE en la tormenta perfecta”, en: EsF, “La RSE ante la crisis”, *Dossieres EsF*, 4. Economistas sin Fronteras (enero), pp. 13-16.

cultural y estratégico, se verán menos afectadas por el contexto al conseguir mayor reputación. De este modo, tomarían autoridad en el mercado frente a sus competidores, aportando una mayor calidad de gestión y una forma de ser mucho más transparente. Sin embargo, aquellas empresas que apliquen una imagen de RSC meramente instrumentalizada, como marca de marketing, sacrificarán un gasto más dentro de su propia inversión y no tendrán ningún problema en reducir su implicación y sus recursos con la misma.

SEGUNDA PARTE:

ESTUDIO EMPÍRICO

CAPÍTULO V: “METODOLOGÍA DEL ESTUDIO EMPÍRICO”

Hoy en día no podemos negar que, al menos en las sociedades democráticas contemporáneas, estamos viviendo procesos fugaces de transformación que afectan al todo social. Esto implica que existan modificaciones y alteraciones radicales de la realidad tanto en las relaciones sociales, como políticas, económicas, culturales, interpersonales e incluso hasta intrapersonales. Es evidente que en esos procesos de transformación la empresa no quede excenta. En efecto, a todas luces no podemos más que afirmar que es incuestionable y también preciso recordar que -como diría el economista estadounidense Paul M. Sweezy- «*las cosas más evidentes son a menudo las más importantes*»⁴⁴⁸. Todos los acontecimientos sociales que tienen relación con las distintas realidades (económico, político, cultura, intelectual,...) tienen ahora una vital importancia para que las disciplinas sociales posean un merecido reconocimiento. De ahí, que nuestro interés se realice dando una cierta autoridad al campo de la investigación social para otorgarles un interés a las manifestaciones del cambio y a las sutilezas de lo complejo.

Recordemos que en las disciplinas sociales existen diversas técnicas de investigación para abordar los efectos y cambios que se están produciendo en la *polis*: grupos de discusión, prácticas de la observación, procesos de investigación,... Entre ellas también se encuentra la entrevista, que a nuestro entender es uno de los instrumentos más poderosos de la investigación social, ya que con ella podemos alcanzar ciertos fines descriptivos y analíticos que con otros instrumentos no podríamos, al menos a nuestro juicio. Desde esta idea entendemos que la entrevista posee un enorme potencial que nos puede ayudar a acceder desde el discurso a los elementos intrapersonales del sujeto. Lo mismo podríamos decir sobre su parte vital, motivacional y existencial de la cual nos puede ayudar a descubrir la cotidianidad y las relaciones sociales que mantiene el sujeto-actor entrevistado.

En este contexto que exponemos creemos que la entrevista, como instrumento de indagación, es suficiente para la realización de los procesos de investigación, a pesar de que su uso acabe siendo forzado y frecuentemente sesgado. Creemos que la entrevista de enfoque cualitativo tiene un importante potencial complementario. Su aportación

⁴⁴⁸ Sweezy, P.M. (1945): *Teoría del desarrollo capitalista*, México, FCE, p. 13.

tiene que ver más con el entendimiento de las creencias y las experiencias de los actores, que con los datos y los resultados. Esta es la razón por la que nos interesamos por la entrevista de enfoque cualitativo. La idea sobre la responsabilidad en la empresa no es algo que pertenezca al mundo de la obligatoriedad o lo publicitario. De hecho, no es posible cuantificarla. Entendemos que este instrumento nos ayudará a esclarecer aquellos conceptos que pivotan en nuestro objeto de estudio: compromiso, motivación, interés, decisión, acción, deliberación, voluntad,... En efecto, estamos convencidos de que la entrevista de enfoque cualitativo es oportuna para el objeto de investigación que estamos persiguiendo ya que nos dará una visión mucho más amplia del contexto social y cultural sobre la economía social y la responsabilidad socialmente comprometida.

En cualquier caso, el objeto de este capítulo radica en la justificación de la elección de la entrevista cualitativa como útil instrumento para la obtención de la información necesaria sobre la idea de RSC. Nuestro fin será argumentar el uso de esta metodología. De ahí, que en las páginas siguientes procuremos exponer los objetivos generales y secundarios, la justificación de nuestra elección de la entrevista de enfoque cualitativo, localizaciones de las entrevistas y, por último, las técnicas e instrumentos utilizados para la misma.

I.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

La actual situación de crisis nos está demostrando que un sistema económico basado en la maximización económica y la especulación desemboca en un modelo a-ético donde el factor humano pierde la centralidad en la red empresarial. Tal situación nos lleva a entender que la economía -tal como hemos señalado a lo largo del marco teórico- debiera estar sujeta a unos criterios más humanos para responder a una responsabilidad como complemento moral de diálogo que desplace la fuerza de su actuación en otros espacios más allá de los económicos.

El objetivo principal de este estudio empírico es acercar las claves teóricas expuestas en la primera parte de esta investigación para observar de manera más convincente la realidad de la RSC en el universo de algunas Pymes españolas. Con ese fin nos hemos desplazado a diferentes provincias españolas para realizar un trabajo de campo con empresarios y directivos de micro, pequeñas y medianas empresas.

Nuestra intención será construir un discurso que abra caminos hacia una nueva forma -o alternativa- de hacer economía y de comprender el concepto de

responsabilidad en la empresa. En definitiva, pensar que existe un mundo mejor en el que podamos vivir bien tanto para nosotros como para nuestras futuras generaciones respecto al marco que nos ofrece la Economía Social.

No queremos promover una RSC que pueda sonar a cantos de sirena en medio de un mercado donde la competitividad desleal se realiza y donde el discurso sobre la misma suena a cínico y manipulador. De ahí, que esta aventura que vamos a encaminar busque la comprobación empírica a partir de una conversación cualitativa (“entrevista con enfoque cualitativo”) en el universo de las micro, pequeñas y medianas empresas. En ese espacio que nos han dispuesto los sujetos entrevistados entraremos en su realidad para comprobar y descubrir cuáles son las dificultades y las estimulaciones que les han llevado a ser una empresa socialmente responsable.

Por esa razón estableceremos algunos objetivos específicos relativos para esta investigación:

Primero. Confeccionaremos un semi-estudio de buenas prácticas a partir de las experiencias de los directivos especialmente vinculados con la RSC en el ámbito de 20 empresas. Tales sujetos serán seleccionados por su marcado compromiso social para descubrir las líneas comunes que hemos desarrollado en el marco teórico.

Segundo. Aglutinaremos algunos aprendizajes y recomendaciones que los mismos sujetos nos facilitarán desde su propia realidad para exponerlas a modo de exhortaciones para aquellas empresas que deseen vivir responsablemente su misión y visión.

Tercero. Compararemos las líneas de coincidencia que hemos realizado en el marco teórico con el discurso de los entrevistados y que confeccionaremos a partir de la metodología de enfoque cualitativo. Para ello contaremos con el material completo de las entrevistas de todos los sujetos por medio de preguntas abiertas sobre el tema de la responsabilidad, la economía social, la cultura empresarial, el liderazgo, las dificultades, las ventajas de ser socialmente responsable, así como algunas recomendaciones.

II.- JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Como ya hemos planteado a lo largo de este capítulo, la metodología que vamos a usar será programada desde la herramienta de investigación de “enfoque

cualitativo”⁴⁴⁹. Su función será orientar nuestra investigación como un estudio humanístico y sociológico sobre los procesos de producción y reproducción de la RSC en el mundo de las Pymes por medio del lenguaje y la acción simbólica de los implicados. Tal herramienta pondrá el énfasis en el lenguaje pues es el lenguaje el que nos desvelará las complejas funciones sobre el objeto del estudio. Justifiquemos en lo que sigue nuestra elección para no caer en confusiones.

2.1.- Razón de su elección

La razón que nos ha llevado a la elección de esta herramienta radica en una elección que prescinde de la *entrevista cuantitativa* ya que necesitamos comprender el universo ético en el que se encuentra la RSC. No es nuestra intención entrar en la vieja polémica entre el planteamiento cualitativo y el planteamiento cuantitativo. Recordemos que esta oposición va desde la incompatibilidad absoluta que defienden algunos hasta la indiscriminación total de otros. Es decir, los defensores de la incompatibilidad pretenden reclamar el recurso exclusivo a uno de ellos. Por un lado, los partidarios del *análisis cuantitativo* afirman que el análisis cualitativo carece de mecanismos internos que garanticen el nivel mínimo de fiabilidad y valores. Y, por otro, los partidarios del *análisis cualitativo* afirman que la supuesta neutralidad y precisión de medida de los datos cuantitativos no pasan de ser una mera afirmación ideológica, resaltando así el escaso valor explicativo aportado por test estadísticos y ridiculizando el abuso de fórmulas que parecen cada vez más ocultas para el logro de unas definiciones de los fenómenos sociales que están progresivamente alejadas de la realidad social.

Más allá de la discusión, hemos optado por el análisis cualitativo, ya que -así como lo recuerdan Althiede y Johnson- se encuentra en una posición sorprendente e imprevista, sobre todo para quienes, tras años de estatus académico marginal, devaluado y despreciado, se encuentran con un inusitado nuevo interés en este tipo de investigación⁴⁵⁰.

El profesor B. L. Bergh relaciona el análisis cualitativo con la metodología derivada de la teoría del *interaccionismo simbólico* iniciado por Colley, Mead, y seguida y elaborada por Blumer, Denzin y tantos otros, donde su foco central no es otro

⁴⁴⁹ Alonso L.E. (2003): *La mirada cualitativa en sociología*, Madrid, Fundamentos, pp. 35-92.

⁴⁵⁰ Cf. Altheide, D.L. – Johnson, J.M (1994): “Criteria for Assessing Interpretive Validity in Qualitative Research”, en: N.K Denzin,– Y.S., Lincoln, Eds, *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, California, pp. 485-499.

que «[...] la comprensión subjetiva, así como las percepciones de y a propósito de la gente, de los símbolos y de los objetos»⁴⁵¹.

Sea o no acertada nuestra opción por la entrevista cualitativa nuestro propósito no es caer en simplismos sobre este método de investigación. Entendemos que lo que no queremos es sucumbir en una tentación de *desviación a-humanística*, donde se cosifique el fenómeno social y humano para desprestigiar el ejercicio ético de la responsabilidad en la empresa, ni tampoco en una *desviación cuantitofénica*, que se limitaría a medir únicamente todo lo que entra en su campo de estudio.

Estamos de acuerdo con el profesor Andrés Dávila cuando afirma que la entrevista cuantitativa:

«[...] tiene entonces por principio la adopción de un “criterio lógico”, es decir, entre las premisas y las conclusiones se constituye un estrecho conjunto de relaciones regladas tales que ir de las primeras a las segundas no habrá más que seguir sus estipulaciones. [...] El diseño cuantitativo supone pues una radicalización del componente táctico, al menos si [...] la táctica es la actividad de preparar y conducir individualmente los encuentros [...], mientras que la estrategia es la actividad de combinarlos, unos con otros, para alcanzar el objetivo de la guerra (que no es del dominio de las artes ni en las ciencias, sino que es un elemento de la contextura social»⁴⁵².

Lo que tratamos de realizar a partir de esta herramienta de visión, mirada o enfoque cualitativo, es:

- (1) reconocer el carácter fundamental de la mirada interpretativa,
- (2) y no caer en el peligro formalista de olvidar la importancia social del sujeto que mira desde una situación concreta.

Evidentemente, el uso de esta herramienta posee una clara intención estratégica, puesto que pretende acercar las ideas de carácter teórico expuestas en la primera parte de este estudio al discurso elaborado por los 20 interlocutores. De esa aproximación, hemos obtenido un discurso que nos habla de manera *a-personal*, ya que no pretendemos localizar y centrar la atención en la información que cada uno presta, ni

⁴⁵¹ Bergh, B.L. (1989): *Qualitative Research Methods for the social Sciences*, Ally and Bacon, Needham Heights, Massachussets, Capítulo I.

⁴⁵² Dávila, A. (1999): “Perspectivas metodológicas cualitativas y cuantitativa en las ciencias sociales: debate teórico e implicaciones praxeológicas”, en: J.M., Delgado – J., Gutiérrez, Eds., *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Madrid, Síntesis Psicología, p. 76.

tampoco buscamos la organización, cierre y codificación del sentido. Por tanto, no queremos información pura.

«A diferencia del diseño cuantitativo (en el que las hipótesis iniciales y arbitrarias marcan su desarrollo[...]) en el cualitativo todo se encuentra sobredeterminado por el objetivo final; son los objetivos los que marcan el proceso de investigación cualitativa, dado que ceñirse a hipótesis previas no haría sino constreñir el propio análisis»⁴⁵³.

En efecto, lo que buscamos es descubrir la información por medio de la metáfora. En otras palabras, conseguir que las realidades sociales sean categorías sociológicas. ¿Qué buscamos con esta herramienta que podríamos llamar *socio-hermenéutica*? Una acción comunicativa donde se ponga en juego la intersubjetividad del sujeto por medio de un diálogo abierto y distendido de *inter-acción* a partir de un cuestionario con preguntas abiertas. Ello nos llevará a trabajar sobre los significados culturales de la realidad ética que se concretiza en el universo de la empresa micro, pequeña y mediana española. De este modo, podremos lograr un lenguaje común a partir de los diferentes discursos de los agentes éticos y averiguar lo que les motiva y les frena en el universo de la RSC dentro del sistema económico actual. Tengamos en cuenta que «*el diseño cualitativo –como afirma Andrés Dávila- se caracteriza por la “invención”: esto es, por dar cabida siempre a lo inesperado (“attendu l’inattendu”); o dicho de otra forma, por obturar toda rutina, puesto que las técnicas de investigación social se aplican a una realidad siempre cambiante*»⁴⁵⁴.

Por tanto, hablar de un método cualitativo es hablar de un estilo o modo de investigar los fenómenos sociales en el que se persiguen determinados objetivos para dar respuesta adecuada a unos problemas concretos a los que se enfrenta esta misma investigación. Una manera de expresar la peculiaridad de los métodos cualitativos frente a los cuantitativos es la de reconocer como tales a aquellos modos de investigar en los que se den las siguientes características o, por lo menos alguna de ellas, así como nos lo expone el profesor Ignacio Ruíz Olabuénaga⁴⁵⁵:

Primero, *el objeto de investigación es la captación y reconstrucción de significado*. Es decir, la investigación pretende captar el significado de las cosas (procesos, comportamientos, actos) más que el descubrir los hechos sociales.

⁴⁵³ Op. Cit., p. 77.

⁴⁵⁴ Op. Cit., p. 77.

⁴⁵⁵ Ruíz Olabuénaga, J.I. (2012): *Metodología de investigación cualitativa*, Bilbao, Universidad de Deusto, p. 23.

Segundo, *su lenguaje es básicamente conceptual y metafórico*. Es decir, la investigación usa el lenguaje de los conceptos y las metáforas más que el de los números y los resultados de test, o el de las narraciones y las descripciones más que el de las tablas y las fórmulas aplicadas.

Tercero, *su modo de captar la información no es estructurado, sino flexible y desestructurado*. Es decir, el investigador prefiere recoger su información a través de la observación reposada o de la entrevista en profundidad con un diálogo abierto y distendido más que una conversación basada en los experimentos o de las encuestas estructuradas y masivas.

Cuarto, *su procedimiento es más inductivo que deductivo*. Es decir, en lugar de una teoría o unas hipótesis perfectamente elaboradas y precisas, el investigador prefiere partir de los datos para intentar reconstruir un mundo cuya sistematización y teorización resulta difícil.

Quinto, *la orientación no es particularista y generalizadora sino holística y concretizadora*. Es decir, no intenta generalizar de una muestra pequeña a un colectivo grande cualquier elemento particular de la sociedad. En este caso la investigación pretende captar todo el contenido de experiencias y significados que se dan en un solo caso.

Por tanto, la herramienta cualitativa implica un estilo de investigación social en el que se da una insistencia especial en la recogida esmerada de datos y observaciones lentas, prolongadas y sistemáticas a base de notas, baremos, records, ejemplos, grabaciones,... Más allá de ser una actividad unidimensional y lineal, la entrevista cualitativa actúa en dos dimensiones y de forma circular. No sólo se observan y graban los datos, sino que se entabla un diálogo permanente entre el observador y lo observado, entre la inducción (datos) y la deducción (hipótesis), al que acompaña una reflexión analítica permanente entre lo que se capta del exterior y lo que se busca cuando se vuelve, después de cierta reflexión, de nuevo al campo de trabajo. En todo momento este intercambio de fuera (campo de observación) a dentro (observador) y de dentro (observador) a fuera (campo de observación) adquiere una estructura reciprocidad constante en la que se impone una flexibilidad completa para cambiar, en cualquier

momento, la hipótesis orientada de trabajo, la fuente de información y la línea de interpretación⁴⁵⁶.

2.2.- El para qué de la entrevista cualitativa

¿Qué hemos querido buscar con la entrevista de enfoque cualitativo? Un estudio de los discursos. Y lo entendemos así como el conjunto articulado de prácticas significantes que tienen que ver directamente con la RSC en los directivos o responsables de una Pyme. Ello nos ayudará también a enfocar los procesos sociales contemplados como procesos de producción de signos, puesto que implica un análisis lingüístico y semiológico de los fenómenos comunicativos. Recordemos con Cristina Santamarina y Miguel Marinas que «[...] todo relato tiene en cuenta –de manera consciente o inconsciente- al destinatario de lo que se dice, por lo que la escucha, al igual que en la experiencia de la clínica psicoanalítica, es la posibilidad de construcción de lo narrado»⁴⁵⁷.

En la entrevista cualitativa hemos detectado dos formas de *inter-acción*. Por un lado, aquella que se realiza en el ámbito propio de cada empresario o responsable de la Pyme. Y por otro lado, la que se origina a partir de la presencia de otros sujetos o entidades satélites comunes a todas las empresas. Por esta razón, hemos visto oportuno trasladarnos a diferentes lugares de España vía coche, tren y avión para analizar el objeto de la investigación a partir de las acciones y las comunicaciones que se crean y se recrean en la realidad cotidiana de cada sujeto y cada contexto.

Por tanto, nuestra tarea será la de interpretar las estructuras del modo de la intersubjetividad, o el mundo social, como resultado de la experiencia concreta de cada involucrado en la empresa para facilitarnos un marco global de lo que allí sucede.

Recordemos que la entrevista cualitativa como herramienta es un enfoque fundamental-motivacional ya que buscamos en ella un análisis centrado en la historia de los sujetos como elementos de un colectivo. Es decir, focalizar la investigación en los procesos concretos de socialización y no dar por supuesta ninguna supersocialización o sobresocialización automática.

⁴⁵⁶ Cf. Op. Cit., p. 24.

⁴⁵⁷ Santamarina, C. – Marinas, J.M. (1999), “Historias de vida e historia oral”, en: J.M., Delgado – J., Gutiérrez, Eds., *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Madrid, Síntesis Psicología, p. 273.

Por esta razón, pretendemos que la investigación no caiga en un estudio sobre la resolución psicologicista o mentalista del aspecto motivacional. Perseguimos una aceptación del carácter reflexivo de la actividad humana de un sujeto que da cuenta de sí mismo a partir de su discurso. Lo curioso ha sido haber descubierto que lo que uno de manera particular habla de sí, se torna en posible y cercano cuando otros también hablan de sí mismos. Por tanto, lo que buscamos en esta investigación es sacar una serie de conclusiones que tengan que ver más con la semántica que con la empatía.

Desde el arranque de la investigación hemos eliminado de raíz cualquier connotación hipersubjetivista del concepto de responsabilidad como elemento de análisis. Y por la misma razón, no hemos querido caer en la tentación de reducirla a elementos determinados por el inconsciente, o elementos biogenéticos del individuo, visto como una realidad aislada. Por responsabilidad hemos querido entender al complemento moral que mueve desde la voluntad y el deseo (la prudencia) para la articulación posible de la acción. ¿Por qué hemos querido reincidir en esta particularidad? Porque los motivos alegados para la acción en la responsabilidad son una forma de interpretar la acción en el marco ético del diálogo.

Por tanto, la concepción social de la responsabilidad, en la que han coincidido todos los entrevistados, explicaría aquellas acciones situadas en torno al sujeto y que tienen que ver con el objeto de la investigación. De ahí, que para incidir sobre ello no hemos visto necesario realizar una descripción de la experiencia personal de las acciones, ni tampoco interpretar la acción-discurso como manifestaciones externas de los elementos subjetivos.

Llegados a este lugar, entendemos que la entrevista cualitativa parte del conjunto de la visión matriz relacional donde lo que importa no son tanto las propiedades del individuo de modo aislado, sino más bien el sistema concreto de comunicaciones e interdependencias que los une. Por tanto, ¿cómo poderlo interpretar? La forma en la que hemos querido realizar las entrevistas suscita la idea de un campo que supone el paso de un pensamiento en términos de *sustancias* a un pensamiento en términos de *relaciones*. Esta forma de interpretar implica, por un lado, integrar el hecho de la responsabilidad en el conjunto de las situaciones ambientales vividas por el individuo. Y por otro, encajar en la dinámica de los grupos en los que se interactúa.

Todo esto nos ha llevado a contemplar la responsabilidad más como un resultado, que como un origen, puesto que queda determinada por las relaciones con la estructura de las fuerzas de la que forma parte⁴⁵⁸.

Para evaluar e interpretar ese significado, ¿desde dónde lo hemos realizado? Ni desde la perspectiva literal o estructural, ni tampoco desde una perspectiva funcional. Hemos puesto el acento desde una perspectiva “*inter-activa*”. En otras palabras, partir desde el significado social que surge como resultado de la inter-acción y que ha dado como resultado la producción y reproducción de un discurso. De este modo, el lenguaje se nos convierte en una selección de conductas sociales y cognitivamente determinadas. Como investigadores hemos tratado de *re-construir* un discurso de acuerdo con las finalidades del hablante y su contexto.

2.3.- El Sujeto entrevistado

La entrevista cualitativa se centra en un sujeto que es directivo, miembro, cooperativista, empleado o responsable de su empresa. Téngase en cuenta que no buscamos en el *yo-entrevistado* a un *yo-lingüístico*, sino que buscamos a un *yo-especular* relacionado con el contexto social en el que se encuentra. Es decir, el campo de actuación de la entrevista ya sería el “*habla*” desde el lugar social en el que habita el sujeto-entrevistado.

Hemos realizado entrevistas con perfiles variados, teniendo en cuenta la diversidad generacional, el género, los sectores empresariales, la militancia ideológica, los espacios territoriales y las especialidades profesionales. Esta selección la hemos realizado así ya que el diseño cualitativo es abierto, tanto en lo que concierne a la selección de participantes-actuales en la producción del contexto situacional, así como en lo que concierne a la interpretación y análisis. En palabras del profesor Andrés Dávila:

«[...] la articulación de los contextos situacional y convencional, y aunque tanto el análisis como la interpretación se conjugan en el investigador (en tanto sujeto de la investigación) que es quien integra lo que se dice y quién lo dice»⁴⁵⁹.

⁴⁵⁸ Cf. Alonso, *La mirada cualitativa en sociología*, p. 58.

⁴⁵⁹ Dávila, *Perspectivas metodológicas cualitativas y cuantitativa en las ciencias sociales...*, p. 77.

El elemento transversal a todos los entrevistados ha sido la pertenencia a Pymes con claros criterios de RSC. Su búsqueda se ha realizado a partir de una serie de particularidades que quisiéramos identificar⁴⁶⁰:

PERSONALIDAD FISCAL DE LA EMPRESA	
<i>TIPO DE SOCIEDAD</i>	<i>NÚMERO DE EMPRESAS</i>
Cooperativa	8 empresas.
Sociedad Limitada	8 empresas.
Sociedad Anónima	1 empresa.
Autónomos	2 empresas.
Asociación	3 empresas.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	
<i>PROVINCIA</i>	<i>NÚMERO DE EMPRESAS</i>
Granada	1 empresa.
Barcelona	3 empresas.
Madrid	12 empresas.
Valladolid	1 empresa.
Vitoria	1 empresa.
Badajoz	1 empresa.
A Coruña	1 empresa.

ACTIVIDAD EMPRESARIAL	
<i>SECTORES</i>	<i>NÚMERO DE EMPRESAS</i>
Formación	3 empresas.
Tecnología	3 empresas.
Agro-Ecología	5 empresas.
Comunicación	3 empresas.
Seguros	2 empresas.
Consultoría	1 empresa.
Servicios	2 empresas.
Inserción Laboral	1 empresa.

SEGMENTACIÓN POR NÚMERO DE EMPLEADOS	
<i>NÚMERO DE TRABAJADORES</i>	<i>NÚMERO DE EMPRESAS</i>
Sin trabajadores	1 empresa.
Menos de 5	10 empresas.
Más de 5	3 empresas.
Más de 10	2 empresas.
Más de 15	5 empresas.
Más de 20	1 empresa.

⁴⁶⁰ La información complementaria de los sujetos entrevistados está especificada en el Anexo I.

Por tanto, para la entrevista cualitativa vamos a tener en cuenta el contexto situacional para entender la red de relaciones sociales en la que está implicado el sujeto. De ahí que en ese contexto tengamos que entender la red de relaciones lingüísticas que se despliegan en la entrevista. De este modo, en la metodología cualitativa el investigador se convierte en el espacio donde la información se transforma en significación (y en sentido), ya que la unidad del proceso de investigación, en última instancia, no está ni en la teoría ni en la técnica, y mucho menos en la articulación de ambas, sino más bien sobre el investigador mismo.

2.4.- Elaboración del discurso

La entrevista la hemos contemplado en las 20 sesiones como una conversación entre dos personas: el entrevistado o informador y el que dirige la conversación (entrevistador). De esa *entrevista-conversación* hemos sonsacado un discurso convencional, con contenido y con una línea argumental sobre las dificultades y oportunidades que se hacen presentes en su empresa respecto a la RSC y al marco que la define: “la ética empresarial” dentro de la Economía Social.

Desde el primer contacto con el entrevistado hemos advertido que será una conversación o una narración convencional creada entre dos personas. Para ello nos hemos puesto en contacto con los mismos con previo aviso por vía e-mails o telefónica presentándole la propuesta de trabajo, el posible cuestionario y el índice del marco teórico. Todo ello ha sido enviado rigurosamente a los candidatos para crear un marco de confianza que posibilite la definición y sistematización del objetivo de la entrevista.

Las entrevistas se han planteado como encuentros presenciales y activos en un espacio íntimo y con posibilidad de poder conversar de manera natural, cómoda y espontánea, así como lo aconseja Robert Mayer y Francine Ouellet⁴⁶¹. Tales conversaciones fueron grabadas al tiempo que el *entrevistador-investigador* tomaba apuntes de todas las ideas fundamentales del discurso⁴⁶². En ese ambiente propicio para

⁴⁶¹ Cf. Mayer, R. - Ouellet, F. (1991): *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*. Boucherville, Gaëtan Morin Éditeur, pp. 318-325. Es decir: (1) inspirar confianza; (2) suscitar y mantener el interés; (3) escuchar y no intervenir, excepto en los momentos propicios; (4) reducir las distancias que pueden crear las diferencias de status social de cultura entre él y su interlocutor; (5) reducir las barreras psicológicas reconociendo y dándole la vuelta a los mecanismos psicológicos utilizados (huida, racionalización, esconderse, etc.) y (6) aprovechar el campo de conocimientos del informador y explotarlos.

⁴⁶² Como bien se aconseja, en: Taylor, S.J. – Bogdan, R. (1996): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Barcelona, Paidós, pp. 62-64.

la conversación, y después de que el sujeto entrevistado se encontrara acogido y seguro para elaborar su discurso, la experiencia de las 20 entrevistas nos llevó a reconocer que el discurso fue *co-construido*. Recordemos que el discurso es un proceso de determinación de un texto en un contexto, no un aislamiento de unos textos.

Hemos descubierto que a lo largo de la experiencia de las entrevistas la comunicación ha propiciado un compromiso que ha definido una relación mutua entre ambos (entrevistador-entrevistado) puesto que la comunicación no ha sido una simple transferencia de información, sino que ha impuesto conductas⁴⁶³.

2.5.- Niveles de la entrevista

Tres son los niveles de la entrevista que se han hecho presente y que hemos tenido en cuenta desde el primer momento:

2.5.1.- Contrato comunicativo

Una entrevista resulta (usando conceptos traídos por Walzlawick) paradójica, interesada y se solicita con previo acuerdo al encuentro. El diálogo contractual de la entrevista es fundamental para el funcionamiento del dispositivo que queremos desarrollar, ya que *«diluye o al menos elude –como afirma el profesor Enrique Alonso- esta situación paradójica generalmente remitiendo el uso de la información y la comunicación a un contexto exterior al propio encuentro, contexto más o menos anónimo –depende de los términos del pacto- que no es otro que la investigación o el informe escrito, uso que desbloquea y da salida a la misma situación de la entrevista»*⁴⁶⁴.

Para que la entrevista sea lo más coherente posible es necesario que haya sido constituido recíprocamente un contrato en el que se tengan claro algunos mínimos para los sujetos sepan lo que se está poniendo en juego, así como los objetivos que se van a perseguir en el diálogo⁴⁶⁵. En nuestro caso nos pusimos en contacto con todos y cada

⁴⁶³ Existen dos operaciones básicas de la relación comunicativa: aspecto *conativo-relacional*, o aspectos *referenciales* y de contenido de toda comunicación.

⁴⁶⁴ Alonso, L.E. (1999): “Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa”, en: J.M., Delgado – J., Gutiérrez, Eds., *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Madrid, Síntesis Psicología, p. 232.

⁴⁶⁵ (1) La *confesión* son instrucciones que determinan el tema del discurso del entrevistado, donde lo que se invita al sujeto entrevistado es a la confidencia (explicaciones, observaciones, preguntas e indicaciones que subraya las palabras del entrevistado). (2) Los *comentarios* que son las explicaciones, observaciones, preguntas e indicaciones que subraya las palabras del entrevistado.

Toda mecánica discursiva se halla fundada en la asociación y en el ajuste de un tema y de un comentario. Las *consignas* sirven al entrevistador para encaminar y definir el tema del discurso subsiguiente del

uno de nuestros sujetos aclarando previamente aquello que deseamos alcanzar. El contrato acordado con cada uno de ellos fue dialogado y compartido por vía telefónica y reforzado por escrito por e-mail exponiendo un guion temático que recoge los objetivos de la confesión y los comentarios.

Esta premisa contractual nos ayudó a que cada uno de ellos confeccionara su propio discurso con una información previa para que el diálogo no fuera una comunicación sin sentido⁴⁶⁶. De ahí, que haya sido fundamental la labor escrupulosa, delicada y honesta por parte del investigador a la hora de entablar una relación previa con el sujeto.

2.5.2.- Interacción verbal

La interacción se fundamenta en la apertura de los sujetos a la comunicación y la aceptación de sus reglas. Se puede distinguir entre la interacción no focalizada, es decir, aquella que es un simple intercambio de mensajes orales o visuales sin proyecto de construcción común. Y también la interacción focalizada, que tiene que ver con la interrelación entre dos personas que se reúnen y cooperan en mantener un único centro de atención generalmente por turno⁴⁶⁷.

Desde esa segunda forma de entender la interacción comprendemos que nuestra intención es crear una interacción focalizada, ya que pretendemos realizar una conversación en cuanto actividad social y regulada, no sólo en términos prácticos de adecuación al contexto, sino dentro de las mismas secuencias verbales. De este modo, hemos descubierto que las palabras espontáneas, no son solo datos ingenuos o baladíes, sino también potentes significados que implican y manifiestan la posibilidad de activar una labor socialmente reconocida y exigida. Por la misma razón, esas palabras espontáneas nos han manifestado una amplia gama de estrategias de discurso de movimientos, de trucos conversacionales para persuadir, defender su posición, realinearse o justificarse, entre otros.

entrevistado. Su formulación es determinante para el sentido que hay que atribuir al discurso. Cada consigna modifica el contrato de comunicación y, por tanto, representa la forma más directa de encajar el discurso del entrevistado en los objetivos de la investigación. Los *comentarios*, por el contrario, tienen como objeto favorecer la producción del discurso como un discurso continuo. Ajustan de un manera mucho más suave el discurso a los objetivos de la investigación, ya que las consignas –y mucho menos su abuso– cierran la posibilidad de continuidad discursiva provocando más bien su ruptura. Cf. Alonso, *La mirada cualitativa en sociología*, pp. 85-86.

⁴⁶⁶ Alonso, *Sujeto y discurso...*, p. 232.

⁴⁶⁷ Cf. Goffman, L (1967): *Intereaction ritual. Essays on face-to-face behavior*, New York, Anchor Books, pp. 27-31.

Como afirmamos en el apartado anterior, con los sujetos se pactó por vía telefónica y por e-mails un guion temático previo. Téngase en cuenta que tal guion no está organizado ni estructurado secuencialmente, como justamente advierte el profesor Luis Enrique Alonso⁴⁶⁸. Se trata más bien de que durante la entrevista el sujeto-actor entrevistado produzca información sobre todos los temas que nos van a interesar. Sin embargo, no habría que incidir mucho en cada uno de los puntos que interesan. El objetivo del discurso que queremos construir se establece en torno a la relación dinámica donde, desde la misma lógica comunicativa, se van generando los temas de acuerdo con el tipo de sujeto que entrevistamos.

A lo largo de las conversaciones tratadas con los sujetos hemos tenido en cuenta que *la inter-acción verbal* se establece a partir de un sistema de intervención del entrevistador por consignas o comentarios que ha dependido del perfil de cada *sujeto-entrevistado*. Dependiendo del tipo de acto de habla que se ha perpetrado entre las distintas entrevistas hemos localizado un tipo de registro distinto pudiendo localizar seis prototipos de intervenciones y comentarios en la entrevista⁴⁶⁹.

<i>Una declaración</i>	A nivel <i>referencial</i>	Es una complementación.
	A nivel <i>modal</i>	Es una interpretación
<i>Una interrogación</i>	A nivel <i>referencial</i>	Es una pregunta sobre el contenido
	A nivel <i>modal</i>	Es una pregunta sobre la actitud.
<i>Una reiteración</i>	A nivel <i>referencial</i>	Es el “eco”.
	A nivel <i>modal</i>	Es el “reflejo”.

2.5.3.- *Universo social de referencia*

La entrevista es interesante para determinar los discursos arquetípicos de los individuos en sus grupos de referencia. ¿Por qué razón? Porque el individuo formula evaluaciones acerca de sí mismo y de los otros. En efecto, una entrevista es una

⁴⁶⁸ Cf. Alonso, *Sujeto y discurso...*, p. 233.

⁴⁶⁹ Existen tres tipos de instancias de los principales actores del habla: (1) *La Declaración*: acto por el cual el que habla hace conocer al interlocutor su punto de vista o conocimientos. (2) *La Interpretación*: el que habla obliga al interlocutor a responder una pregunta y (3) *La reiteración*: acto por el cual el que habla, asume, repitiéndolo, un punto de vista enunciado por el interlocutor. Estos tres actos del lenguaje se pueden establecer remitiendo todo enunciado a dos registros discursivos comunes: (1) *registro referencial*: Definido como la instancia discursiva de identificación y de definición del objeto del que se habla. (2) *registro modal*. Definido como la instancia discursiva que traduce la actitud del locutor respecto a la referencia. Cf. Alonso, *La mirada cualitativa en sociología*, pp. 86-87.

situación de cara a cara donde se da una conversación íntima de intercambio recíproco, en la cual el informante se convierte en una extensión de nuestros sentidos y asume la identidad de un miembro de su grupo social⁴⁷⁰.

El profesor Enrique Alonso explica muy bien esta última idea al entender que la entrevista no debe ser otra cosa que un acercamiento a la figura del individuo en cuanto actor que desempeña una dramatización, es decir, una personificación de un cierto *modelo de rol social*. Y este desempeño a la vez que dramatización de un código es al mismo tiempo una idealización, ya que se despliega hacia un fin según la forma ideal del rol pertinente. Así cuando el sujeto se presenta en la entrevista su cometido es tender a incorporar y ejemplificar los valores y demandas que espera que sean atendidos por la sociedad desde su grupo de referencia. Es decir, el sujeto intentará recuperar el sentido profundamente social que desempeña, ya que en ese momento no es un yo el que habla, sino la persona en cuanto representando un papel determinado en función de su lugar y estatus social⁴⁷¹.

Por tanto, nuestra función como entrevistadores será perspectiva y comparativa mientras el sujeto se evalúa a sí mismo. Por tanto, la entrevista servirá para dar la palabra social a la estructura del carácter. De ese modo, el *entrevistador-investigador* irá construyendo el discurso desde su lugar sin necesidad de ningún acto de manipulación. Es decir, no pretenderá hacerle decir lo que interesaba que dijera. Por esa razón, en las conversaciones hemos propiciado un ambiente distendido y abierto en el que el *yo-entrevistado* se ha desenvuelto con naturalidad para dar cuenta de su vivencia individual.

En definitiva, la entrevista de enfoque cualitativo que usaremos se instituirá y se devolverá a partir de su capacidad para dar cuenta de la vivencia individual del sujeto respecto a su compromiso ante la Responsabilidad Social Corporativa que está presente en la vida social del mismo. La razón por la que hemos tendido a esta concreción, es porque vivimos en una sociedad donde rige un sistema de etiquetas que llevan al individuo a manejar en forma conveniente sus sucesos expresivos. Lo mismo para proyectar por medio de ellos una imagen adecuada de sí, un respeto apropiado por los presentes y una consideración satisfactoria por el encuadre de sus buenas prácticas.

⁴⁷⁰ Cf. Tremblay, M.A. (1968): *Initiation a la recherche dans les sciences humaines*, Montréal, McGraw-Hill, p. 312.

⁴⁷¹ Cf. Alonso, *Sujeto y discurso...*, p. 236.

III.- CUESTIONARIO

El cuestionario está organizado en 20 preguntas abiertas como herramienta para orientar la conversación hacia el encuentro de datos significativos que han sido claves para entender las motivaciones y frenos sobre la RSC. En ocasiones, hemos tenido que hacer entre 15 y 16 preguntas puesto que en el discurso del entrevistado se iban adelantando contenidos de algunas preguntas. A medida que iba avanzando la etapa de entrevistas el investigador ha visto necesario incorporar algunas preguntas nuevas que se han suscitado a lo largo de la conversación.

El tipo de preguntas ha sido estructurado desde dos estereotipos fáciles de detectar:

- a. *Preguntas de tipo prueba.* Es decir, preguntas que ahondan en las respuestas del entrevistador para llegar al fondo de sus actitudes y motivaciones respecto al compromiso (o responsabilidad) de su empresa respecto a sus grupos de interés.
- b. *Preguntas de tipo hipotética.* Es decir, preguntas -que bajo el amparo de la reflexión ética- nos dieran luces sobre sus valores y forma de pensar intrínseca y externamente.

La estructura del cuestionario se ha organizado por bloques de entre tres y cinco preguntas por cada una quedando configurado del siguiente modo:

BLOQUE	TEMÁTICA DE LA PREGUNTAS
<i>1º Bloque</i>	Naturaleza y conceptualización de la RSC.
<i>2º Bloque</i>	Realidad actual y forma de administración de la RSC.
<i>3º Bloque</i>	El espacio y el tiempo de la RSC.
<i>4º Bloque</i>	Consideración sobre la aplicación de la RSC.
<i>5º Bloque</i>	Desafíos de futuro sobre la RSC.
<i>6º Bloque</i>	Exhortaciones sobre la RSC.

El cuestionario procura moverse sobre algunas consideraciones básicas que tienen un hilo conductor bastante cercano a lo propuesto en el marco teórico, teniendo en cuentas los siguientes parámetros:

- La intención ética que se vertebra y la determinación del compromiso social al que está implicada la empresa.
- Determinación de creencias y aplicaciones concretas en la praxis diaria de la empresa para descubrir aquello que se cree que son los hechos.

- Determinación de frenos, dificultades, acicate y beneficios para encontrar una identificación de carácter ético y sociológico.
- Develamiento de aquellas conductas de reacción y compromiso que ha descubierto la organización o el empresario, tanto desde un *criterio ético* (aquello que debe de hacerse), como un *criterio práctico* (aquello que es posible hacer).
- Organización de preguntas sobre el presente y/o pasado, así como el desvelo de un pensamiento ético y su visión de futuro, expectativas y retos a alcanzar.

IV.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS

El material que hemos utilizado para las conversaciones con los sujetos ha sido realizado con una grabadora *Olympus Digital Voice Recorder VN-755*.

A medida que la conversación se ha ido efectuando el investigador-interlocutor se ha encargado de tomar apuntes de sus aspectos fundamentales para poder seguir con mayor coherencia el discurso que se está realizando.

El vuelco de las conversaciones grabadas se ha realizado en un *PC Asus*, con ambiente de *Windows 2013*. Los textos, las tablas y lo cuadros han sido procesados con *Word 2013*, paquete *Office*.

V.- TEMPORIZACIÓN Y LOCALIZACIÓN DE ENTREVISTAS

Las entrevistas fueron concertadas con cita previa a todos los sujetos interesados por vía e-mail y telefónica. Su elección fue consultada a partir de la guía de contacto que nos ha facilitado el portal web de Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS): www.economiasolidaria.org, y el portal de Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES): www.cep.es. Todas las empresas seleccionadas no poseen ningún tipo de relación *a priori* entre ellas a la hora de ser contactadas.

El trabajo de movilización y de propuesta a los 20 sujetos comenzó el día 12 de enero de 2015. La primera entrevista se realizó en la provincia de Madrid el día 16 de enero de 2015 con la empresa “Interqué” y la intervención de Doña Chiara Cabrera

Cejas (sujeto 11⁴⁷²). El ciclo de entrevistas finalizó el día 23 de febrero de 2015 en Vitoria (País Vasco) con la empresa “Zabaltegi” y su responsable Don Ildefonso Urquijo Castillo (sujeto 20).

A lo largo de ese periplo hemos concertado conversaciones presenciales en diferentes puntos de la geografía española: Granada, Coruña, Badajoz, Barcelona, Valladolid, Vitoria y Madrid.

La duración de las mismas ha sido de una media de 46', 12", siendo la entrevista con menos duración de 30', 14" y la más extensa de 1º, 33', 26". A medida que fue avanzando el trabajo de campo las entrevistas fueron más espaciadas puesto que el investigador fue descubriendo un hilo conductor mucho más ameno y dinámico. De este modo, se descubrió que el entrevistado se sentía mucho más cómodo y relajado a la hora de responder y crear juntos un discurso.

VI.- CONCLUSIÓN

A partir de lo expuesto en este capítulo entendemos que la entrevista de enfoque cualitativo es una técnica idónea que se puede emplear para recopilar información cuando se ha de realizar una investigación social.

Creemos con honestidad que por medio de la entrevista en esta investigación hemos recopilado la información necesaria y de primera mano de algunos empresarios, cooperativistas, directores, o miembros ejecutivos de la empresa. Sin embargo, sería conveniente poder corroborarla con otras técnicas. Pero, a pesar de ello, creemos que hemos logrado obtener información valiosa sobre las opiniones, percepciones, estimulaciones, impedimentos e intenciones de los sujetos entrevistados ante una empresa que quiere ser socialmente responsable.

A primera vista podríamos decir que la finalidad de la investigación se consiguió con éxito, debido a que la entrevista cualitativa se ha empleado como una técnica valiosa en la evaluación de la responsabilidad en la vida la Pyme en España. Sin embargo, más allá de que la entrevista de enfoque cualitativo sea una técnica adecuada para evaluar los aspectos éticos de los empresarios ante la RSC, habría que resaltar la necesidad de que exista una complementariedad de técnicas de recogida de datos. De

⁴⁷² Todas las referencias e información de los sujetos entrevistados están correctamente expuestas en el ANEXO 1.

ese modo se podría realizar una triangulación tanto de agentes como de técnicas, obteniendo una visión complementaria y universal de la realidad.

Una estrategia que se planteó en esta investigación, y que resultó de gran utilidad, fue incluir preguntas indirectas y reconducidas sobre el tema de investigación, independientemente de que se plantearan otras cuestiones más abiertas y directas. De esta forma los sujetos a medida que iban reconstruyendo el discurso iban corroborando sus propias respuestas.

A pesar de que en las distintas entrevistas se plantearan un elevado número de cuestiones a investigar, debido a su modalidad, no fueron excesivamente extensas, entre otras cosas debido a la pericia del entrevistador. Con ello se pretendió, por un lado, a eliminar la redundancia en la conversación y, por otro, a evitar el cansancio y la sensación de pérdida de tiempo de los sujetos que estaban siendo entrevistados.

No obstante, una de las dificultades que detectamos en el uso de la entrevista cualitativa fue concretar las citas para coincidir ambas agendas con las personas que iban a ser entrevistadas, ya que poseían compromisos y obligaciones a los que tenían que atender. Por ello se plantearon las entrevistas de tal forma que a los participantes se les proporcionó una total disponibilidad, tanto de tiempo como de espacio. Es decir, nos adaptamos a las posibilidades de los sujetos a entrevistar.

En resumen, insistimos en que el trabajo realizado es una interesante forma de adecuar la técnica de la entrevista para identificar y comprender las decisiones personales de carácter ético que dan sentido a la actividad empresarial de cada interlocutor válido en cuanto a su compromiso socialmente responsable.

CAPÍTULO VI: “ANÁLISIS CUALITATIVO”

En el presente capítulo pretendemos elaborar un discurso a partir de un lenguaje común desde los diferentes alegatos de los agentes éticos entrevistados y averiguar el entramado interior de una empresa socialmente responsable y comprometida. Nuestra misión será unificar y estructurar esos discursos en un texto sistematizado desde los fundamentos ético-filosóficos del marco teórico expuestos en los capítulos II, III y IV de este trabajo de investigación. Recordemos que nuestra pretensión es exponer un discurso *a-personal* con una estructura propia que intente responder con coherencia a la metodología expuesta en el capítulo anterior. Como herramienta de “mirada cualitativa” intentaremos localizar dinámicas lingüísticas que profundicen en la investigación desde claves democráticas, de tolerancia y de *antitotalitarismos* a partir del significado motivacional de la RSC en el directivo, empresario, cooperativista o miembro de la micro, pequeña y mediana empresa.

La estructura del discurso que vamos a presentar es análoga a las combinaciones del cuestionario que hemos realizado con nuestros entrevistados identificándola en 5 bloques que tienen que ver con el objeto de estudio:

- 1) la naturaleza de la RSC;
- 2) el contexto y situación actual del modelo de gestión e identificación de oportunidades y barreras;
- 3) el lugar que ocupa la RSC en el contexto empresarial respecto a la cultura empresarial, estructura, figura del líder y su temporización;
- 4) los retos para el futuro y
- 5) las recomendaciones de aplicaciones de la RSC en la empresa y al “joven emprendedor”.

Antes de presentar el discurso que hemos compilado quisiéramos sugerir algunas advertencias previas para la lectura de este análisis de enfoque cualitativo:

Primero, téngase en cuenta que los entrevistados proceden de distintas perspectivas ideológicas, generacionales, políticas y formaciones académicas. Esta pluralidad de experiencias vivenciales y profesionales no ha sido ningún impedimento para la creación de un discurso objetivo con estructura y con un lenguaje propio.

Segundo, el desarrollo del discurso procura tener una línea cercana al transcurso de las entrevistas realizadas de modo que es normal identificar en los tres primeros

bloques una gran cantidad de datos significativos para el análisis. Comprobaremos que a medida que va avanzando el discurso las respuestas son más sistemáticas y concisas.

Tercero, subrayaremos a lo largo del discurso frases hechas y expresadas por los entrevistados que han sido las más usadas y con mayor significación para ser expuestas y dar conocimiento al lector de su localización.

Cuarto, procuraremos confirmar lo que los sujetos han expresado con la afirmación textual de los mismos. Toda la información fiscal, empresarial, compromisos responsables e información personal de los sujetos que nombraremos están expuestos en el Anexo I de esta investigación.

Quinto, a lo largo del texto nos hemos esforzado en identificar algunas claves que son reflejos fundamentales de pensamientos filosóficos y antropológicos de distintas escuelas y autores. Estas notas complementarias son una forma de anotar la cercanía de lo expuesto en el marco teórico y que pueden ayudar al lector a tener una mirada mucho más interdisciplinar en el enfoque cualitativo y contrastar la información.

I.- NATURALEZA Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA RSC

1.1.- Una posible definición de la RSC

A partir de las diferentes conversaciones establecidas con nuestros 20 entrevistados entendemos la RSC desde diferentes parámetros que nos gustaría señalar:

1.1.1.- Desmontando el concepto tradicional de RSC

En primer lugar, llama notablemente la atención que gran parte de los encuestados haya comenzado su discurso planteando su desmitificación y descomposición de la RSC. El sujeto 11 afirma: *«Yo tengo mi propia visión de la RSC, al igual que la novedad del “Coaching”»*. Procuran des-construir y desacreditar con sospecha la definición de RSC convencionalmente reconocida y aceptada en España. El sujeto 4 afirma: *«[...] para mí la RSC es un término que en realidad “me chirría un montón”»*.

Muchos de ellos la consideran simplemente una *“novedad mediática”*, o un mero escaparate de cara a la imagen pública. Es justamente lo que afirma el sujeto 15 al comentar: *«Entiendo la RSC, en la gran empresa, como una “imagen” que hay que dar [...]»* o el sujeto 16: *«Sé que a niveles empresariales hay dinámicas, debates y generaciones de conceptos, donde habrá que darle otro enfoque»*.

La mayor reticencia la encontramos en su formato material y en el modo en que ha sido institucionalizada por las grandes empresas. Es lo que afirma el sujeto 4: «[...], *la RSC para mí es una forma de blanquear una mala conciencia. Pienso, que puede que esté equivocada. [...] pienso que es un instrumento que se usa de manera cínica*».

Incluso rechazan una RSC así entendida desde su propia experiencia debido a la competencia desleal y las dificultades de supervivencia en medio un sistema económico como el actual. El sujeto 17 es bastante concreto cuando afirma: «[...] *mi primer contacto con el tema de la RSC está enmarcada en un forma de tapar los agujeros del planteamiento economicista. Y digo economicista como una vivencia económica empresarial que ha puesto encima el interés de lucratividad*».

De este modo, hemos desenmascarado un vínculo entre todos los sujetos por el cual no es extraño que contemplen este término -unos con más intensidad que otros- con cierta reacción. Recordemos que su perspectiva radica en un espacio empresarial mucho más pequeño y localizado donde entienden que esa forma de RSC es una herramienta para remediar aquello que no se está haciendo bien en el día a día. Así mismo lo afirma el sujeto 17 cuando afirma: «*El salto a la microempresa y el tener que vivenciar en nosotros la RSC, focalizamos muchos más en la Responsabilidad y en lo Social. Sería nuestro propio ADN que es con el que empieza nuestra experiencia empresarial [...]*». El sujeto 4 afirma: «*Entendemos la RSC como un instrumento que se usa para remediar aquello que no se está haciendo bien en el día a día de la empresa*».

Por tanto, su crítica se fundamenta en la materialización de una RSC instrumentalizada para “cosmetizar” un claro planteamiento economicista donde el acento está centrado en el lucro económico, alejado del compromiso ético, social y medioambiental en muchos de los casos. Algunos afirman conocer planteamientos serios de RSC. Sin embargo, generalmente concluyen que no deja de ser un mero sello de certificación o una simple estrategia de marketing que no responde a ningún tipo de propuesta ética y, mucho menos, de transformación social.

De este modo, descubrimos una de las realidades más críticas planteada por los sujetos al definir la RSC como un elemento de estrategia de ventas y una pericia de captación de interés para un público sensible con buena fe. Tal estrategia se manifiesta en las distintas campañas de proyectos sociales para la venta de un “*valor sin valor ético*”. El sujeto 15 afirma: «*Entiendo la RSC en la gran empresa como una imagen que hay que dar [...]*». Alguno ha manifestado su sorpresa por el interés social de grandes

empresas, puesto que en el fondo responde únicamente a un uso de gestión empresarial altamente especulativa, clasicista y cortoplacista. El sujeto 16 afirma: *«Sé que a niveles empresariales hay dinámicas debates y generación de conceptos, donde habría que darle otro enfoque. Pero en lo que respecta a RSC[...]. Para nosotros es un término que no lo hemos usado nunca, por lo que como uso instrumental está más relacionado con el mundo de las grandes empresas»*.

Esta crítica se fundamenta justamente en el hecho de que la RSC se vincula conceptualmente al modelo de empresa corporativa. Es decir, para aquellas empresas con cierto volumen que quieren dar una imagen a la sociedad de su funcionamiento que se establece a partir de un sistema de calidad y de departamentos específicos. El hecho de que sea un término evolucionado a lo largo del tiempo ha logrado su institucionalización y estandarización para incorporarse de manera espontánea, normalizada, legalizada y exigida.

Sin embargo, una gran mayoría reitera que existen empresas que sí están relacionadas y viven de manera coherente y auténtica la RSC. El sujeto 3 afirma: *«Seguramente que hay empresas grandes que hagan un uso muy auténtico de la RSC, pero habitualmente se ha visto que en este país está enfocado con un objeto muy comercial y para esconder unas actitudes o consecuencias menos presentables»*. Lo cual implica que siga existiendo en ello una duda universal. El sujeto 20 afirma: *«¿Cuánto hay de sincero en eso que llaman RSC y cuanto de oportunismo estratégico?»*

1.1.2.- Los diferentes recorridos conceptuales de la RSC

Terminada la presentación, donde todos manifestaban su posición crítica ante el modelo de RSC basado en la gran empresa, los sujetos se atreven a vertebrar su definición desde el lugar en el que se encuentran contemplándolo desde sus diferentes perspectivas. Queremos subrayar que, a pesar del esfuerzo de cada uno por intentar vertebrar una definición, seguimos descubriendo que la RSC sigue siendo un concepto difícil de acotar, a pesar de su notable aceptación e importancia⁴⁷³. Veamos las distintas trayectorias conceptuales que se desprenden:

⁴⁷³ Nos acercamos al planteamiento que ofrece Josep M. Lozano. Entiende que quizás no sería sensato –y en ello el análisis de las definiciones de los entrevistados nos lo hace comprender- aspirar a una definición cerrada de la RSC. Al fin y al cabo, confeccionar una sistematización conceptual es la expresión de una lucha por el poder y convertir en norma una manera de *ethos* aplicada sobre lo que las cosas son. El esfuerzo por la definición justificaría la exigencia de que todos se sometan a una única forma de ser entendida. Cf. Lozano, J.M. (2009): *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Madrid, Trotta, p. 48.

1.- *ADN*: Se entiende como una parte constituyente de la misma empresa. La RSC está transversalizada y entrecruzada dentro de la actividad empresarial. No es un añadido o una implementación, sino la misma forma de organización y de relación. La sujeto 13 afirma: «*Pienso que cada empresa tiene un “ADN” [...], pues la RSC es una manera de estar [...]*». El sujeto 17 afirma: «*Sería nuestro propio ADN que es con el que empieza nuestra experiencia empresarial, puesto que nace de una experiencia anterior de despido de la gran multinacional*». Y el sujeto 20 afirma: «*[...] somos personas que tenemos muy incorporada la realidad por lo social donde está inscrita en nuestro propio ADN*».

2.- *Espacio de relación*: La RSC es un complemento moral como forma de relacionarse la empresa interna y externamente con sus stakeholders en la sociedad, el ámbito económico y medioambiental. En otras palabras, entienden que las empresas actualmente poseen una verdadera responsabilidad (en calidad de poder) con la sociedad, el medio ambiente y la actividad empresarial desde sus grupos de interés⁴⁷⁴. Siendo así, un espacio de relación, entienden que la RSC es:

- a. *una forma de relacionarse con la sociedad y con el entorno*. La empresa se posiciona como un espacio que presta servicios y que resuelve necesidades que tienen que ver con las personas implicadas, directa e indirectamente, con la organización. El sujeto 18 afirma: «*[...] la RSC es una forma de relacionarse la empresa con la sociedad y de explicitar cómo es esa relación. Entiendo que es las empresas las que tienen una verdadera responsabilidad social respecto a la sociedad y que están relacionadas con los grupos de interés*». Es decir, los colectivos sociales y empresariales, administraciones públicas, desarrollo local, entidades privadas, las familias u otras empresas que entran en relación. El sujeto 14 afirma: «*[...] es una forma de integrarlo dentro de su estrategia empresarial y también en su estrategia de comunicación con el resto. Esto es lo que hacemos nosotros*».

⁴⁷⁴ Descubrimos en esta precisión lo que el “Libro Verde” de la Unión Europea define como RSC puesto que la entiende «*[...] como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores*». Véase, en: Libro Verde (2001), “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, Unión europea. Disponible, en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>. [Conectado: 29 de noviembre de 2014]. Esta definición pone el acento en el “*hecho*” mismo más que en el “*contenido*” de la definición obviando la manera de establecerla. Por tanto, la sugerencia del Libro Verde da luz a esta forma de entenderla, dando razón a la propuesta de la RSC como “*un punto de encuentro*”. Confróntese esta definición, en: Lozano: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, p. 47.

Por tanto, la RSC hace comprender que la empresa está introducida dentro de un sistema social donde se pueden vivir los valores democráticos desde el respeto a la sociedad y el medio ambiente. El sujeto 8 afirma: «*Partimos de la idea de un compromiso real con la sociedad y el medio ambiente [...]*» y el sujeto 10 afirma: «*[...] puede ser un compromiso con el cliente en particular, con la sociedad en general, o también ser un compromiso de la empresa con sus trabajadores y trabajadores, así como su cuidado*».

- b. La RSC genera una *corresponsabilidad* con su entorno. Implica el hecho de tener que sentirse copartícipe para la generación de una serie de ayudas, posibilidades y recursos que se puedan disponer, ya sean materiales o inmateriales. De ahí, que se entienda a la empresa con un claro sentido de co-responsabilidad, puesto que son organizaciones (“*instituciones justas*”) que están llamadas a trabajar, no sólo por la búsqueda de la renta del empleo, sino para el “*vivir bien*”⁴⁷⁵. En definitiva, sirven para generar equidad, justicia e igualdad en su entorno y ofrecer mejores condiciones de vida. El sujeto 9 afirma: «*[...] de ahí, que haya una transparencia y se exija una responsabilidad y una corresponsabilidad para cumplir con los objetivos del trabajo encargado*» y el sujeto 6 afirma: «*[...] tiene una corresponsabilidad con su entorno, que puede ser entendida de muchas maneras, pero que en el fondo implica el sentirte partícipe para la ayuda dentro de las posibilidades [...]*».
- c. *Actitud permanente*: Se observa a la RSC como un complemento moral que posee una actitud permanente en el tiempo. No es posible contemplar la RSC como una herramienta de uso puntual, puesto que necesita que esa relación sea continua en una actitud permanente para que sea creíble, confiable y fuerte en un largo plazo. La sujeto 13 afirma: «*La RSC la concebimos como una actitud permanente. No la contemplamos para nada como una acción puntual [...]*».

⁴⁷⁵ Identificamos el concepto “*Vida buena*” como el objetivo principal de la ética práctica de Aristóteles. Para ello se requiere de instituciones justas “*con y para*” el otro. A esto le ha denominado el filósofo francés Paul Ricoeur “*Intencionalidad ética*”. Cf. Ricoeur, P (2006): *Sí mismo como otro*, Madrid, Siglo XXI.

- d. El fin al que se aspira es el «[...] *lograr que la sociedad en la que vivimos sea mejor*»⁴⁷⁶ (sujeto 2).

3.- *Herramienta*: La RSC es entendida como una herramienta que propicia elementos que promueven la concienciación ciudadana y la preocupación por la sociedad, el medio ambiente y la actividad económica⁴⁷⁷. El sujeto 18 afirma: «*Yo creo que nosotros creemos y queremos que nuestra RSC no sea por imagen, lo hacemos por coherencia. Y de alguna manera es una herramienta muy interesante*». La sujeto 7 afirma: «*La RSC la entiendo como una herramienta que nos hace ser conscientes de que habitamos en una Sociedad y en algo más global, que es el Mundo en sí*».

4.- *Mejoramiento*: La RSC motiva a las empresas mismas para la búsqueda de un lugar que sea más sostenible por el entorno, el ambiente, la influencia, la educación,... Es un complemento ético que influye en el constructo social y en la vida de todas las personas⁴⁷⁸. La sujeto 13 afirma: «*[...] al final esta es la aportación: “pensar que se puede mejorar algún aspecto”, porque entiendes que este es el modelo [...]adecuado*». La sujeto 6 afirma: «*La idea de la RSC posee la fortaleza de poder mejorar las empresas para buscar un medio más sostenible y mejorar el entorno, el ambiente, la influencia, la educación*».

5.- *Compromiso*: Puesto que se hace difícil poder establecer el parámetro sobre la definición de la RSC, muchos de ellos ponen el acento en el compromiso con su grupo de interés para cumplir con sus objetos y servicios. El sujeto 9 afirma: «*[...], la RSC, con nuestro compromiso de poder de cambiar la sociedad y actuar medioambientalmente, te involucra y te genera nuevos desafíos y nuevos retos a los que*

⁴⁷⁶ El filósofo alemán Hans Jonas, siguiendo la tradición heideggeriana, comprende al ser humano que vive cuidándose de aquello que precisa cuidado, en este caso: la Tierra y las especies vulnerables. Véase, en: Jonas, H. (2008): *El principio de responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, Barcelona, Herder, pp. 63-91.

⁴⁷⁷ La filósofa y pensadora española Adela Cortina sostiene una idea muy similar a esta forma de entender la RSC de los entrevistados. Afirma que la RSC «*Consistiría en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos por una sociedad pluralista (los propios de una ética cívica) al ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario, pero siempre empapado de postconvencionalismo*». Véase, en: Cortina, A. (2008): *Ética de la empresa*, Madrid, Trotta, p. 89.

⁴⁷⁸ Más allá de las diferentes consideraciones que se puedan realizar de la RSC deberíamos observar que las dificultades que en ella se encuentran no sean otra cosa que la manifestación en el mundo de la empresa de los impactos que influyen a partir de las nuevas condiciones de la vida social. «*Las condiciones de vida y, por tanto, también las condiciones empresariales dependen de las épocas históricas, de los lugares geográficos, de los problemas existenciales y de las circunstancias sociales*»: Van Marrewijk, M. –Werre, M. (2003): “Multiple levels of corporate sustainability”, en: *Journal of business ethics*, 44, p. 121.

puede dar respuesta». El sujeto 10 afirma: «Nosotros la entendemos [la RSC] como el compromiso con nuestros clientes de cumplir con los objetivos y servicios que damos».

Esta forma de RSC como compromiso hace que su actividad se torne en una serie de buenas prácticas en un espacio empresarial más centrado, cercano y atento a la persona. En definitiva, que la persona sea “*el centro de la actividad económica*”. El sujeto 5 afirma: *«Entendemos nuestro modelo empresarial donde: “el centro del proyecto está en la persona y no en el capital”».*

De ese modo, la empresa se convierte en un sujeto activo en medio de la sociedad que favorece el entorno desde su aportación con el fin de lograr una sociedad mejor. Esta preocupación por “*la cosa social*” nos hace comprender que, quien decide incorporar este complemento, añade una fuerza ética por sí misma. Por esa razón, se observa con cierto peligro que institucionalizarla sería una forma de confundir lo que de responsabilidad y social existe en ella. Por tanto, al hablar de RSC tenemos inevitablemente que observarla como un compromiso que se tiene que cuidar muy y mucho en la realidad de las actitudes empresariales. El sujeto 15 afirma: *«[...] tenemos también un compromiso social que tiene varias caras»* y el sujeto 14 afirma: *«[...] nuestra apuesta por el compromiso en todos sus ámbitos da frutos inmediatos trayéndonos proyectos maravillosos y muy interesantes, al mismo tiempo viniendo un público que es muy afín y particular porque todos nuestros valores los expresamos en nuestras comunicaciones y en nuestra proyección social».*

Ese complemento moral, como punto de encuentro y de compromiso que se entiende a partir de criterios democráticos, tiene que ver con la justicia, la igualdad, la libertad y la equidad. Estos valores se desprenden de elementos basados en la iniciativa por la mejora de una sociedad más digna de vivir. Por esa razón entendemos a la empresa como una institución económica que posee un gran poder sobre el que reposa una gran responsabilidad. El sujeto 16 afirma: *«Teniendo en cuenta los ciertos conceptos básicos que deben respirar dentro de esa empresa respecto a la responsabilidad social, pensar en cómo puede ser el asamblearismo, la democracia, la participación,... es decir que se partan de principios que tengan que ver con ideales democráticos y de participación que serían básicos».*

En definitiva, desde el lugar que ocupan, como micro, pequeña y mediana empresa, su visión de la RSC es particular. Su compromiso es mucho más auténtico y profundo respecto al uso habitual de la gran corporativa y su motivación parte de

criterios democráticos y de una visión de la economía mucho más abierta. El hecho de habitar en un contexto de crisis a partir de los valores expuestos anteriormente los entrevistados ven con buenos ojos el papel de la Pyme respecto a la RSC puesto que su actividad empresarial se destaca por su cercanía, confianza, honestidad y colaboración. La sujeto 6 afirma: *«Cercanía, Confianza y Gratitud como un valor que tiene que ver con clientes [...] te lo agradecen mucho»*. El sujeto 19 afirma: *«[...] la filosofía de las empresas solidarias tiene por bandera el hecho de trabajar con proximidad, y decir proximidad es hablar de cercanía y de preocupación»*.

1.1.3.- Manifestaciones concretas de RSC

En tercer lugar, veamos aquellas acciones y buenas prácticas que se derivan de esa forma de entender la RSC. Para su exposición, las dividiremos a partir de su stakeholders o grupos de interés.

1.- Consumidores-clientes

- La relación con el cliente no se plantea como un eslabón dentro del proceso de la actividad empresarial. El objetivo de su propuesta es buscar otro tipo de relación donde reine la confianza entre el proyecto empresarial y el cliente-consumidor. Se busca que el cliente se sienta integrado dentro del proceso del proyecto y de la producción.
- Militancia de concienciación sobre el cuidado de las cuestiones alimenticias y ecológicas sobre las graves consecuencias en relación a los productos de las grandes industrias, así como el mal uso del plástico y la cultura del “usar y tirar”.
- El trabajo se realiza pensando en el cliente desde una RSC que intenta hacer lo que se sabe hacer (formación y experiencia) de manera honesta, cercana, particular y correcta.

2.- Medio Ambiente

- El Medio Ambiente se entiende como un espacio importantísimo al que cuidar para las generaciones presentes y futuras.
- La empresa se da a conocer como un espacio sostenible que toma como modelo la agricultura ecológica.
- Aplicación de pequeños detalles que tienen que ver con el compromiso por el medio ambiente:
 - Textil ecológico para el uniforme de los empleados,

- Compra de instrumentos de oficina de comercio justo o ecológico: papel reciclado, azúcar de comercio justo, aire acondicionado con ventajas de cuidado medioambiental,...
- Uso de la bicicleta como medio de transporte.
- Productos de limpieza de gran especificidad ecológica.
- Reciclaje de sobras para decoración e instalación.

3.- *Administraciones Públicas*

- Se presenta como un instrumento mediador que detecta las necesidades sociales y se pone en contacto con la Administración Pública para sufragar los servicios públicos, básicos y de inserción social.

4.- *Sociedad en general*

- Expansión de una militancia sobre los elementos perjudiciales de la alimentación por medio de talleres, charlas y formación.
- Presencia en mercados solidarios, conciertos o campañas.
- Búsqueda de un espacio empresarial que pueda ser equitativo para el reparto de oportunidades entre los interlocutores.
- El espacio del Proyecto empresarial está bajo el amparo del Bien Común y la Economía Social.
- La actividad empresarial se entiende como un servicio para la sociedad desde sistemas de calidad, cercanía, transparencia, colaboración y solidaridad.

5.- *Desarrollo local*

- Claro compromiso social que se manifiesta en la relación cercana con la REAS, presente en todas las provincias españolas para potenciar la incorporación y colaboración en proyectos sociales de carácter local.
- Integración en proyectos que tengan que ver más con el ideal social del entorno local en el que se encuentran.

1. Uso de un “*sistema de trueque*”⁴⁷⁹, al igual que el uso de la “*moneda social*”⁴⁸⁰.

⁴⁷⁹ Las herramientas de “*sistemas de trueque*” se asemejan a un trabajo que realizó en 1925 el antropólogo y sociólogo Marcel Mauss en su famoso libro: “*El ensayo sobre el don*”, donde teoriza sobre el llamado *Potlatch*. Observa como en él existe el principio de rivalidad o antagonismo que enfrenta a sus «*jefes en diferentes prácticas hasta darles muerte*». Las entiende como «*prestaciones totales de tipo agonístico*». En su búsqueda sobre la razón por la cual se hace el ejercicio del intercambio (lo que se da y lo que se

2. Se dirigen a las personas del entorno local por el uso de una movilidad sostenible.
3. Procuran ser lo más socialmente constructivos y favorecen la actividad social para convertir el producto en algo más que una marca de calidad.
4. La venta de productos eco-agrícolas activa la economía local por medio de las buenas relaciones con los productores-proveedores tanto a corta distancia como a largo plazo. Esta relación se establece como prioritaria para la compra de productos en un diálogo de mutuo acuerdo transparente, colaborativo para el desarrollo y propulsor de la agricultura ecológica y la economía local.
5. Promoción de certificaciones empresariales de RSC para el análisis interno de las prácticas empresariales y el fomento de acciones democráticas e igualitarias dentro de las mismas.
6. Concienciación sobre las ventajas del consumo de productos más sencillos, sanos y artesanales a partir de distintas campañas, conciertos, mercadillos, reuniones,...

6.- Empleados

- Concienciar y crear un espacio en el que todo el Equipo esté involucrado en el mismo proyecto y con el mismo objetivo. Se observa la actividad empresarial como un servicio social.

recibe), Mauss plantea que «*la cosa ofrecida tiene alma*». De ahí, la obligación por la cosa como una obligación entre almas (dar) -entre las almas de las personas que se encuentran relacionadas en el intercambio-, y la ofrenda de una cosa a alguien como ofrecer algo propio, algo de la propia alma (recibir). Aceptar algo de alguien significa aceptar la esencia espiritual de su alma. La cosa que se sirve no es algo inactivo, pues otorga un poder especial. Es animada y a veces individualizada. Tiende a producir en el movimiento de la devolución a su lugar de origen, o a producir un equivalente que la pueda reemplazar. Véase, en: Cf. Mauss, M. (2009): *El ensayos sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*, Buenos Aires, Katz editores.

⁴⁸⁰ La *moneda social* es un utensilio creado por comunidades, colectivos y particulares con el objeto de facilitar intercambios tanto de productos como de servicio o de conocimientos. El economista inglés Bernard Lietaer la define como «*Un acuerdo dentro de una comunidad de usar algo como medio de intercambio*». Véase, en: Lietaer, B. (2001): *El futuro del dinero*, Londres, Casa Arbitraria.

La *moneda social* es un instrumento virtual creado por personas que desean otra forma distinta de hacer economía al sistema socioeconómico que sostiene la moneda de curso legal. Existen multitud de formatos de moneda social en todo el mundo. B. Lietaer ha detectado casi 5.000 monedas de este tipo en todo el mundo en las que se puede nombrar: “Túmin”, “Ecosol”, “Demos”, “Tlaloc”, “Expronceda”, “UDIS”, “Choquito”, “Altamir”, “Bris tol Pound”, “S.O.L.”, “Bitcoin”,... En Madrid hemos identificado la moneda “Boniato”. Véase el mapeo de ubicación de la *moneda social* en España disponible, en: <http://sursiendo.com/blog/2013/11/monedas-sociales/> [Conectado: 18 de marzo de 2015].

- Crear un Equipo que funcione y pueda cumplir con los objetivos de la empresa convirtiendo el puesto de trabajo en un espacio cómodo y equilibrado para la vida personal y profesional.
- Buscar en todo momento una actitud de escucha y de empatía para crear buenas relaciones entre el Equipo y los directivos.
- Establecer el espacio de trabajo como un lugar horizontal, de reparto justo y equitativo en los salarios, así como en la distribución de tareas desde una visión de igualdad de género y con un claro compromiso por la sostenibilidad medioambiental.
- Crear un espacio de trabajo que pueda ser familiar, abierto, transparente, flexible, discursivo y divertido tanto para el equipo de trabajo como para los clientes.

1.1.4.- Hacia una posible definición

En definitiva, todo lo que podemos decir de la RSC en este discurso que han construido los encuestados se podría resumir en estos términos:

1. Hacer explícita la necesidad de aplicar unos valores y unos principios que tengan relación con un marco democrático. Es decir, propiciar un lugar más habitable tanto para las generaciones presentes como para las generaciones futuras.
2. Establecer un formato de empresa donde la RSC esté estructurada como compromiso social, medioambiental y económico para la mejora y construcción de actitudes y valores que nacen del ideario democrático.
3. Usar herramientas y marcos de referencias que tienen que ver directamente con la red de Economía Social (REAS). De esos vínculos surgen lazos de unión y de cooperación como caminos alternativos al sistema económico convencional. Esta forma de integración en una Economía Social funcionaría como “*auditoría social*” que permitiría mejorar el compromiso socialmente responsable y las buenas prácticas sociales, medioambientales y económicas.
4. Descubrir la RSC como una forma más auténtica y cercana de ver la actividad empresarial bajo el paraguas de la Economía Social.
5. Manifestar por medio de buenas prácticas una convicción clara y madura por la Economía Social. Tales prácticas no son contempladas como acciones revolucionarias o reaccionarias, sino como acciones alternativas al uso de

una economía convencional que entiende a la persona como un medio y no como un fin en sí misma.

1.2.- La definición uniformizada de la RSC

De manera unánime todos los entrevistados comenzaron su discurso negando la premisa de la existencia de un modelo único de RSC para las Pymes, puesto que entienden que no existe una sola forma de trabajar y de estructurarse. La probabilidad de encajarla como modelo único establecería una definición de la RSC como un todo rígido, estructurado y funcional. La sujeto 11 afirma: «*Un método rígido nunca es favorable [...]*». Por la misma razón, niegan su aplicación universal puesto que la entienden como una realidad tóxica a evitar y como un resultado de los compartimentos estancos de los estructuralismos históricos. El sujeto 16 afirma: «*Los modelos únicos en verdad son nocivos [...]*». Es decir, se podrá hacer una lectura concreta de RSC o un modelo de empresa en concreto, pero no sería válida para un análisis comparativo. Sigue la cita del sujeto 16 «*[...] son como los compartimentos estancos del estructuralismo a lo largo de la historia*».

Comprenden de manera unánime que el tema de los modelos únicos es una cuestión que ha sido inoculada por el sistema capitalista de la ideología totalitaria. Su fin sería una prolongación de la destrucción de ideas y la creación de unos individualismos que entrarían en contradicción con la forma de entender la RSC y la Economía Social.

Las razones dadas por los interlocutores para no defender este modelo son las mismas. Entienden que cada empresa posee unos criterios e identidades específicas que -en términos de responsabilidad- no pueden ser extrapolables, emulados o extensibles para cualquier otra. Sus características, sectores, territorios, capacidades y actividades son específicas a cada una, de tal manera que cada modelo particular se adapta a esas realidades.

Por tanto, la RSC se entiende como un modelo en construcción, que hay que desarrollar en el devenir diario y que cada Pyme -desde su propia identidad y constitución- debe de aplicar en sus decisiones y acciones propias a partir de los condicionamientos concretos que la rodean. El sujeto 9 por ejemplo afirma: «*Entiendo que es un modelo en construcción, que hay que desarrollarlo y que cada Pyme tiene sus características propias que le llevan a tomar decisiones propias*».

Sin embargo, así como se defiende la personalidad propia de la RSC en cada Pyme, se considera que sería importante establecer algunas pautas comunes o denominadores universales que sean vectores compartidos por todos. Se recomienda la existencia de una serie de condiciones mínimas que puedan ayudar a descubrir cómo funciona la empresa en todo lo que pueda ser homologable y analizable en términos de RSC. El sujeto 20 afirma: *«Pienso que tendría que ser un marco conceptual amplio para todas las empresas para que no haya interpretaciones libres sobre la forma de aplicar la RSC»*.

La existencia de estos ejes centrales se observa con cierta racionalidad, puesto que sería una buena forma de hacer ver que la RSC -como punto de encuentro- es compartida en un lenguaje común a partir de las distintas opciones. Volcando toda la información en un proceso histórico, se analizaría la evolución de las organizaciones en el medio y largo plazo. Estos puntos comunes buscan únicamente los compromisos de mejoras y la definición de un modelo que se pueda compartir desde las diferentes realidades de la Economía Social. El sujeto 18 afirma: *«Pienso que debe tener elementos coincidentes y suficientes para que de los resultados se descubra cómo funciona la empresa en todo lo que sea homologable y analizable. Probablemente, en función de la dimensión de las entidades y de su propia actividad, pueda haber modelos diferentes. Pero ya digo, existe un porcentaje elevado de elementos comunes»*. Y la sujeto 7 afirma: *«[...] existen cosas en las que no se puede pasar, porque deben de existir principios de RSC que deben ser comunes a todas las empresas en lo que respecta a la cuestión salarial, laboral, el respeto de los Derechos Humanos,... Sin embargo, cada uno debiera de actuar con cierto “sentido común” desde el respeto de mínimos legislados»*.

La existencia de vectores comunes ayudaría, por un lado, a crear dinámicas de comparación y diálogo entre las distintas realidades en la creación de un lenguaje compartido de RSC. El sujeto 3 afirma: *«[...] ofrecen un lenguaje compartido [...] que buscan la necesidad de estandarizar donde se comparten los términos y garantizan que el largo plazo se pueda establecer en un marco común donde se haga referente para esas acciones»*. Y por otro, a certificar relaciones a largo plazo en un marco común que sea referente para esas acciones. Esta idea parte del reto de la REAS por sistematizar la herramienta de “*las auditorías sociales*”. Vendría a ser un instrumento para unificar criterios y para crear un marco definido, universal –que no significa totalitario- y

compartido. El sujeto 3 sigue afirmando en la misma cita: *«Creo que el reto de las auditorías sociales está en poder compartir en conjunto nuestras ideas e indicadores para crear un marco definido, único y compartido»*.

1.3.- Sentido ético del modelo de empresa responsable.

1.3.1.- Ámbito filosófico

El planteamiento de la filosofía que fundamenta el discurso de los entrevistados se puede estructurar asemejándolo a la propuesta que ya habíamos realizado en el capítulo II de nuestro marco teórico. Esta máxima ético-ontológica reza del siguiente modo: *“Estima de sí, con y para los otros, en instituciones justas que nos impulsa hacia un mundo mejor”*⁴⁸¹. Desglosemos este adagio a partir del discurso de los entrevistados:

(1) “Estima de sí”

Todos los entrevistados coinciden en el hecho de contemplar su proyecto empresarial no como una organización que realiza y centra exclusivamente su actividad desde el interés por el lucro económico y la búsqueda de mayor rentabilidad competitiva. La sujeto 11 y 1 afirma simultáneamente: *«Entendemos que la actividad económica es un concepto más amplio, y no sólo como un algo ligado al lucro económico»* y el sujeto 15 afirma: *«[...] nosotros no hablamos de RSC como tal porque nuestra empresa y nuestro modelo de empresa es cooperativista, de iniciativa social y sin afán de lucro»*. En lo que más se insiste es en observar su proyecto empresarial como un *“proyecto de vida”* que tiene en cuenta los valores que se desprenden de una idea que nace de satisfacciones personales, éticas y profesionales. El sujeto 17 afirma: *«Esta forma de libertad hace que no tengas expectativas económicas y de lucro que nos lleva a un planteamiento de vida que pagas con tu propia libertad»* y la sujeto 1 afirma: *«No puede ser que el objetivo de todo proyecto empresarial sea el lucro sin tener en cuenta muchas otras cosas como el tiempo, la salud personal,...»*.

El origen de su propuesta radica en la comprensión de que la persona es el centro de la actividad empresarial. El sujeto 1 afirma: *«Buscamos con este proyecto poder devolver a la persona el bienestar y la buena vida para volver a la centralidad a partir*

⁴⁸¹ Identificamos esta máxima desde el planteamiento de Paul Ricoeur que entiende la responsabilidad del sujeto en lo que denomina la *«petite éthique»* que se manifiesta en tres dimensiones no solamente complementarias, sino dialógicas: “(1) la estima de sí mismo, (2) la solicitud del otro y (3) la justicia social e institucional”. Es su famoso lema: *«el deseo de una vida realizada –con y para los otros- en instituciones justas»*. Es decir, hacer el bien desde esta perspectiva es estar en armonía. Véase, en: Ricoeur, P. (1990): *Amor y justicia*, Madrid, Caparrós, p. 107; Ricoeur: *Sí mismo como otro*, pp. 176-257.

de las actividades sociales, medioambientales y económicas». Lo mismo afirma varios de ellos. Por ejemplo, el sujeto 11 afirma: *«El principio fundamental es que entendemos que “la persona está por encima de la economía y no lo contrario”»*. El sujeto 13 afirma: *«[...] creemos que nuestra filosofía se basa en entender a la persona como fin en el retorno emocional, que es lo que buscamos»*. El sujeto 14 afirma: *«Buscamos que se aprecie que la persona sea el centro del movimiento económico»* y el sujeto 12 afirma: *«[...] uno de los valores [nuestros] es que la persona sea protagonista de su propio puesto de trabajo»*.

Esta idea será el eje fundamental de su ser-ontológico, puesto que han tenido a bien poder desinstalarse de los mecanismos económicos convencionales. Por tanto, se entiende la economía como una actividad que define a la persona como fin y no como medio. A lo largo de las entrevistas se descubrirá que será el vector universal a todos los sujetos entrevistados siendo el fundamento que dé respuesta a todas las propuestas planteadas.

(2) “Con y para los otros”

Partiendo de la premisa anterior, donde centran la atención de la actividad empresarial en la persona, se subraya el aspecto comunitario o la presencia de otro que va tomando fuerza y estructura. El sujeto 14 afirma: *«[...] tendemos a buscar un modelo que sea más comunitario, donde las ventajas comunes tengan tanta importancia como las ventajas individuales [...]»* y el sujeto 9 afirma: *«[...] el trabajo en equipo es fundamental. Lo veo por encima del trabajo individual, puesto que el trabajo en equipo adquiere mejor sentido cuando se integra dentro de un trabajo comunitario»*. De este colorario, descubrimos que la empresa es concebida como un espacio que invita al respeto por la identidad personal, pero al mismo tiempo al estímulo de una cultura empresarial que se implemente a partir de las diferentes identidades y de las buenas relaciones con los grupos de interés exteriores.

Esta forma comunitaria de identidad se instaura en un espacio empresarial como un lugar (1) donde los implicados se sienten identificados en la visión y misión de la empresa y (2) donde se subraya la reciprocidad emocional. La sujeto 13 afirma: *«[...] es una forma de hacer Bien Común: “Tú no puedes hablar de ti, tienes que pensar en el otro. En definitiva, esto es el retorno emocional”»* y la sujeto 4 afirma: *«[...] como consecuencia surge un retorno emocional que es mucho más satisfactorio (retroalimentación)»*. Para ello, los directivos y responsables de la empresa intentan

aplicarlo desde un ejercicio de reciprocidad: “ponerse en el lugar del otro”. La sujeto 11 afirma: *«Al crear un equipo de trabajo tienes que ponerte en el lugar del otro»*.

Esta búsqueda por el crecimiento emocional se contempla como una relación de un “gana-gana” tanto con los *stakeholders* internos como externos para establecer unas sinergias que van más allá de la cuenta de resultados económicos. El sujeto 15 afirma: *«[...] hemos colaborado con otras empresas donde hacemos un gana-gana y buscamos estar cogidos de la mano. De ahí que haya una relación colaborativa, y no tanto competitivo»* y la sujeto 7 afirma: *«Y esa ganancia [...] nos ayudaría a implicarnos más y estar más presentes proyecciones sociales en los diferentes proyectos en lo que estamos involucradas»*. Se buscan nuevas alternativas donde se pone el acento en la presencia del otro. De este modo el término crecimiento se entiende de otra manera puesto que su margen de maniobra no se enclaustra en el aspecto lucrativo. La sujeto 11 afirma: *«[...] digamos que es un campo activo y en continuo crecimiento. Siempre te vas planteando nuevos retos en este sentido y también te va llevando a nuevos horizontes y realidades que al principio no te planteabas o no te imaginabas»* y el sujeto 5 afirma: *«[...] sacamos muchísimo crecimiento profesional y crecimiento personal, oportunidades de trabajo de proyectos que nos vienen dados por la pura convivencia con las entidades que compartimos espacio [...]»*. Y el sujeto 15 afirma: *«Queremos y creemos [...] en un economía justa y en un modo distinto de hacer las cosas. Pretendemos concienciar y contagiar a los clientes y proveedores con nuestra filosofía propia de responsabilidad social y medioambiental. Esta es nuestra manera de entender el crecimiento»*.

La finalidad de esta forma de entender el proyecto empresarial es el retorno emocional, puesto que no se piensa de manera individualista, sino desde la satisfacción personal y colectiva. La sujeto 13 afirma: *«[...] hemos buscado nuevas alternativas y hemos puesto el ojo en otros sistemas alternativos en los que se busca, no tanto el crecimiento económico, sino el crecimiento emocional»*. Es decir, en un doble enfoque:

- (1) Desde una *visión interna*. Entiende el proyecto empresarial como un proyecto colectivo que está integrado por el cruce de distintas trayectorias individuales que hacen de la organización un espacio de crecimiento, motivación, comunicación, pertenencia, diversión, empatía y compromiso.

- (2) Desde una *visión externa*. Se impulsan una serie de cuestiones, actitudes y prácticas que tienen que ver directamente con la búsqueda de derechos humanos, la transparencia y la calidad en el producto.

En definitiva, se pretende plasmar un modelo de empresa basado en la economía del Bien Común donde las ventajas sean comunes para el mayor número de personas posible, tanto interna como externamente.

(3) “*En instituciones justas*”

A partir de los dos axiomas anteriores se comprende que el espacio empresarial se constituye de una forma democrática, según la cual un grupo de personas se une para sacar adelante una tarea en común (empresarial). Su valor principal sería dignificar la actividad laboral en un espacio justo⁴⁸². El sujeto 2 afirma: «*Creemos que las empresas son sujetos muy importantes de activación de iniciativas de mejoras de la sociedad. Las empresas son las instituciones económicas más importantes y sobre las cuales reposa una gran responsabilidad puesto que en ellas muchas personas que pasan muchísimas horas al día en su puesto de trabajo*».

De este modo, “la institución justa” se construye sobre criterios democráticos que buscan constantemente su expresión en tres pilares fundamentales y que está presente de manera transversal en todos los sujetos:

I. *Participación y gestión democrática del proyecto.*

- Colectivización de objetivos y resultados.
- Equidad en el trato, en el estar juntos y ser responsables del proyecto.
- Enfatización del prefijo “co-” como forma fundamental de ser del Proyecto. Se subraya la mutualidad y la convivencia en términos de igualdad.

⁴⁸² Evocamos para esta *institución justa* el valor de la justicia de la teoría que mejor se adaptaría a esta propuesta por parte de los entrevistados y es formulada por J. Rawls. Podríamos destacar que a diferencia del utilitarismo, que entiende la justicia como la búsqueda del mayor beneficio para el mayor número en los repartos desiguales, Rawls propone la justicia desde la maximización de la parte más débil. Su propuesta de justicia se encuentra en la preocupación por el más desfavorecido –que no significa filantropía– como el equivalente de la búsqueda de reconocimiento en el plano de la solicitud y de las relaciones de reciprocidad. De ahí, que afirme: «*Las desigualdades sociales y económicas deben satisfacer dos condiciones: en primer lugar, deben estar vinculadas a puestos y cargos abiertos a todas las personas bajo condiciones de una justa igualdad de oportunidades; y en segundo lugar, tienen que ser concebidas para el máximo beneficio de los miembros menos favorecidos de la sociedad*»: Rawls, J. (1993): *Political Liberalism*, Nueva York, Columbia University Press, pp. 5-6. Véase también su famoso texto, en: Rawls, J. (2008): *Teoría sobre la justicia*, Ciudad de México, FCE.

- Creación de una estructura horizontal donde todo pueda ser expuesto en común en términos de igualdad de condiciones y derechos.
 - Búsqueda del entendimiento como criterio unificador.
 - Transversalidad en toda la empresa como lugar de pertenencia.
 - Capacidad de generación de oportunidades permanente.
 - Transferencia del espíritu grupal y colectivo a toda la cultura empresarial, así como sus funciones externas e internas.
- II. *Autonomía*: Se parte de una visión de responsabilidad y corresponsabilidad para tod(a)s⁴⁸³ por la autogestión del proyecto como iniciativa de crecimiento comunitario e individual con unas tareas y obligaciones repartidas en la misma dirección.
- III. *La preocupación por lo comunitario* tiene que ver con la trama de producción de trabajo en red.
- Establecer un espacio empresarial que esté vinculado y posicionado en el ecosistema social y el territorio local.
 - Propiciar la búsqueda de lo mejor para todas las partes y establecer convergencias en red más que competitividad desleal.
 - Crear un espacio de pertenencia comunitario, interés y compromiso por los problemas de las personas.

(4) *“Nos impulsa hacia un mundo mejor”*

Los tres axiomas anteriores convergen en que la actividad empresarial tenga unas repercusiones que van más allá de los resultados económicos. La sujeto 11 afirma: *«[...] entender que la labor profesional que desempeñamos puede transformar la realidad y cambiar la sociedad para que pueda ser más ética y más justa»* y el sujeto 19 afirma: *«[...] intentamos que nuestro proyecto busque que sea un lugar con sentido donde poder transformarnos en nuestro propio proyecto. Buscamos que todo tenga sentido y una lógica desde la persona»*. Se intenta crear así un espacio con capacidad para transformar la realidad y buscar un modelo social más ético y más justo.

Por tanto, el hecho de considerar a la empresa desde la estima de sí, con y para los otros en instituciones justas, hace entenderla como una estructura de organización mucho más amplia a la que estamos acostumbrados. Busca condiciones de mejora y

⁴⁸³ En varios de los entrevistados se identifica una clara referencia política sobre el género de igualdad a la hora de hacerse nombrar como empresa nombrándose en femenino: “todas”.

sostenibilidad para pensar las cosas de otra manera. Se orienta hacia la transformación por una sociedad igualitaria, justa y democrática, sintiéndose desmarcados de cualquier tipo de dogmatismo ideológico. Su finalidad se puede sistematizar como afirma el sujeto 20: «*En el fondo lo que nos motiva a hacer lo que lo que hacemos es intentar buscar un mundo mejor, un lugar mejor para nosotros y para quienes coincidimos en un territorio para una esperanza de vida*».

Este impulso por la transformación es un intento de poder llegar -desde el lugar local en el que se encuentra- al mayor número de personas. Esta moción está basada en lo que podríamos denominar “*heurística del miedo*”⁴⁸⁴ que busca incesantemente una mirada por las futuras generaciones como propuesta honesta y abierta.

En definitiva, esta máxima filosófica (“*Estima de sí, con y para los otros, en instituciones justas que nos impulsa hacia un mundo mejor*”) podría resumirse de la siguiente manera en una especie de itinerario conductual que es generalmente compartido por todos los interlocutores:

1. “*Hacer lo que se ama*” (vocación). Poner énfasis en cuál debe ser la vocación de cada uno.
2. “*Amar aquello que se hace*”. Responder a la responsabilidad individual de cada uno desde el cuidado y la calidad de lo que se hace.
3. “*Hacerlo en actitud de servicio*”. Realizar la actividad empresarial no solo como un planteamiento interno de subsistencia y supervivencia, sino como un planteamiento de servicio a la sociedad. Buscar proyectos que no estén vistos en el mercado y poderlos posicionar como un servicio de impacto social.
4. “*Ligero de equipaje*”. Hacer que el proyecto empresarial pueda incrementar la calidad de vida, conseguir ser dueños de su propio tiempo y ser conscientes de que ese proyecto de vida en coherencia ayuda a entender que hay muchas cosas

⁴⁸⁴ La “*heurística del temor*” es un mecanismo usado por Hans Jonas que pretende anticiparse a las catástrofes ecológicas y al riesgo de desaparición de la humanidad. Conviene destacar que Jonas habla de “*heurística*” (cálculo) del temor –y no de “*ética del miedo*”. Se trata, básicamente, de hacernos reflexionar sobre el hecho de que somos responsables de la continuidad de la vida en el planeta. Esta responsabilidad no nos impide actuar, sino que nos invita a hacerlo. Cuando somos conscientes de lo que está en juego -la continuidad de la vida- comprendemos también el temor a la destrucción fatal del entorno. Hans Jonas, en cambio, asume la idea de que es más fácil determinar el “*mal*” que el “*bien*” en los actos humanos. No se trata de un miedo pusilánime que paraliza, sino de un temor que nos obliga a ser conscientes de la responsabilidad de nuestros actos. Por el hecho de que podemos destruir el planeta, debemos –en consecuencia hacernos responsables de la posibilidad del mal. Véase, en: Jonas: *El principio de responsabilidad*, pp. 65-66.

de las que se puede prescindir. Adquiere así una libertad a la hora de decidir con quién relacionarse y con quién no a partir de unos criterios éticos.

1.3.2.- Fundamentos y valores propios de la RSC

Partiendo de la base fundamental de que *“el ser humano es el centro de la actividad económica”*, el trabajo se entiende desde una perspectiva mucho más rica y más abierta. Recordemos que la máxima transversal de todos los entrevistados de *“Estima de sí, con y para los otros, en instituciones justas que nos impulsa hacia un mundo mejor”* entiende que el Proyecto empresarial es un espacio laboral que:

- Facilita una actividad libre, decidida y asumida.
- Propicia el desarrollo de la persona, sin necesidad de caer en la explotación o en altos niveles de estrés.
- Construye el proyecto empresarial en un espacio de sentido.

a) Fundamentos orientadores

Desde ahí, se establecen una serie de relaciones laborales y económicas donde la prioridad recae en la persona, antes que en los intereses económicos. Descubrimos el pilar primero que sistematiza una estructura empresarial basada en criterios democráticos, propiciando así la buena comunicación y la moción de transformar la realidad hacia un futuro donde todos podamos tener mejor cabida.

A partir de esa premisa se desprenden una serie de principios que se establecen y se plantean desde unos criterios democráticos⁴⁸⁵ como marco de referencia (la cooperación, horizontalidad y co-responsabilidad, gestión democrática, la transparencia, la interoperación y la participación activa de los involucrados en las decisiones) que los identificamos del siguiente modo:

- (1) Principios de Justicia Social.
- (2) El principio del Bien Común.
- (3) El principio de la Distribución Universal de los Bienes.
- (4) El principio de Subsidiariedad
- (5) El principio de Solidaridad.

⁴⁸⁵ Descubrimos en esta selección identificada de principios una serie de criterios basados en un sistema democrático en la medida en que asegura la *“participación”* ciudadana en las opciones políticas y garantiza a los gobernados la posibilidad de elegir y controlar a sus propios gobernantes así como la de sustituirlo oportunamente de manera pacífica. La *“participación”* se constituye en la igualdad fundamental de todos los hombres. De ahí que la democracia sea un sistema político que garantice la participación económica, política, cultural, religiosa, recreativa, legislativa...de todos los ciudadanos. No puede existir una verdadera sociedad que parta sólo de arriba, creada por la imposición o la manipulación de un Estado, padre o benefactor, que todo lo prevé lo planifica y dirige.

b) Valores

Los VALORES que se desprenden a partir de dichos principios son los siguientes:

- Participación.
- Horizontalidad.
- Transformación y compromiso por el desarrollo local.
- Convivencia.
- Responsabilidad individual y corresponsabilidad.
- Empatía con el otro.
- Identidad: pertenencia al Equipo empresarial e implicación en la visión y misión del Proyecto.
- El “*retorno emocional*” entre la empresa y los stakeholders.
- La comunicación, la escucha y el diálogo.
- Transparencia.
- Atención específica a la igualdad, tanto desde una perspectiva socio-económica, como desde una perspectiva de género.
- La ecología: valores relacionados con el entorno social y medioambiental
- Los valores democráticos: equidad, igualdad, respeto, integración de la diversidad.
- La valoración del trabajo como una actividad no-lucrativa con una distribución igualitaria a partir de lógicas como la conciliación, la flexibilidad y el respeto.
- Preocupación por la calidad del trabajo bien hecho.
- Cercanía, confianza y gratitud.

II.- REALIDAD ACTUAL Y FORMA DE ADMINISTRACIÓN DE LA RSC.

2.1.- Estado actual de la empresa responsable

La actual situación de crisis ha generado en las empresas distintas experiencias. Descubrimos diferentes puntos de vista respecto de la crisis económico-político-moral con algunas coincidencias en el discurso de cada uno de los entrevistados. Identifiquemos algunos de esos aspectos comunes:

2.1.1.- En estado de bienestar

Aquellas Pymes que entienden que a pesar de la crisis su situación es beneficiosa, son las que están dentro de los sectores con mayor proyección como es el caso de la tecnología, la cultura-formación y el consumo ecológico. Entienden que esta suerte de ser -en medio de un contexto de crisis- es el resultado de que su producto sigue siendo viable a pesar de los esfuerzos por posicionarse. La sujeto 11 afirma: *«La verdad es que nosotros nos sentimos afortunados porque nuestro sector empresarial es de los pocos que no está sufriendo las dificultades de la crisis»* y el sujeto 18 afirma: *«[...] esta crisis nos ha afectado poco. Desde el punto de vista financiero no tenemos ninguna tensión»*.

Sin embargo, a pesar de ese “ambiente favorable” también existen dificultades en la lucha diaria por seguir consiguiendo objetivos y beneficios económicos. Cargan con una altísima responsabilidad para que su Equipo siga teniendo un salario y unas prestaciones dignas. El sujeto 15 afirma: *«En el día a día pues existen dificultades en este momento de crisis. Por ejemplo, todo lo que tiene que ver con la subida del sueldo o la búsqueda de calidad de condiciones»*.

Del mismo modo, se reconoce que el día a día es una lucha constante para que la cuenta de resultados siga siendo favorable sin dar la espalda en ningún momento a su filosofía de RSC. Es significativa la crítica que realizan a las Administraciones Públicas y a las cláusulas fiscales respecto a cuestiones tales como el IVA, las tasas de autónomos, el nuevo impuesto de sociedades,... Entienden que es un sobre coste muy abusivo. El sujeto 14 afirma: *«[...] en situación de crisis se observa que se van al dinero para reducir costes en lugar de comprometerse. Pero vamos, es una cuestión de la Administración Pública y en verdad es una barrera latente»* y el sujeto 2 afirma: *«El IVA es un elemento muy distorsionador de los presupuestos porque se nos encarece de manera impactante. El 21% de IVA es muchísimo. Desde el momento de la crisis tuvimos que cambiar nuestra forma fiscal [...]»*.

2.1.2.- En estado de equilibrio

Estas empresas entienden que el proceso de crisis ha sido un momento que no les ha afectado a ellos directamente pero sí indirectamente debido a la caída del consumo, la pérdida de clientes y de proveedores. Es significativo que haya aparecido en varias ocasiones la palabra “miedo” asociada a un cliente desconfiado y reticente a consumir. No obstante, algunos entienden que ese miedo del consumidor no es una

amenaza, sino más bien una enseñanza de humildad y de manifestación de que este sistema económico postcapitalista -o tardocapitalista- es insostenible y que evidencia sus notables fallos. La sujeto 7 afirma: *«[...] la crisis económica no nos ha hecho crecer, pero lo curioso es que esta situación de dificultad -donde todo ha ido bajando- ha hecho que vayamos creciendo poco a poco y afectándonos en la actualidad mínimamente»*.

Quienes se encuentran en esta situación de equilibrio y cierto crecimiento han manifestado haberse beneficiado por su introducción en la REAS. Estar integrado en este tipo políticas colaborativas ha propiciado el mantenimiento y la propulsión de su empresa que en momentos anteriores eran impensables. El sujeto 2 afirma: *«[...] nacemos en ese ecosistema y nos hemos favorecido permanentemente de las relaciones de intercooperación con otras entidades»* y el sujeto 16 afirma: *«[...] nuestro entorno tiene un ecosistema de gente que se siente cercana a nuestro proyecto puesto que respiran esa misma aspiración al que nosotros atendemos: “hacer las cosas de otro modo”»*. De este modo han logrado nuevos clientes y nuevos proyectos en colaboración que tienen que ver con el ecosistema de la Economía Social. Incluso hasta se reconoce que este nuevo cambio de paradigma les ha llevado a un notable crecimiento a pesar de encontrarse en un momento de dificultad. La sujeto 1 afirma: *«[...] hay también herramientas vinculadas con las REAS de ayuda que están para poder salir hacia delante [...]»*

Sin embargo, a pesar de las caídas de los números las cuentas de resultados siguen siendo positivas. No se reconoce que exista una tensión grave de supervivencia, puesto que gestionan la actividad empresarial con bastante tranquilidad sin necesidad de variar su filosofía de RSC. El sujeto 19 afirma: *«[...] después de la supervivencia, ahora lo que nos interesa es ampliar el transporte ecológico con paquetes más grandes, incorporar triciclos y hacer actividades en esta línea»* y el sujeto 3 afirma: *«El discurso es el que es, pero nos seguimos jugando a la vida como empresa sin habitar en el ecosistema empresarial en paralelo a la realidad porque necesitamos que los números avancen»*.

Llama la atención cómo aquellos que están en esta situación afirman de manera significativa que, aunque equilibrados en el resultado de cuentas, hay una firme intención de que las condiciones de los trabajadores no empeoren. La sujeto 11 afirma: *«[...] los empleados nuestro grupo de interés más importante, para que el Equipo*

funcione necesitamos que se cumplan unos objetivos, estén contento en su día a día y pueda conciliar su vida personal con sus labores profesionales». La sujeto 13 afirma: *«Al final son los principios éticos que se integran [...] todos los empleados».* Y el sujeto 15 afirma: *«[...] nosotros ponemos el acento en este aspecto por valorar mucho que los empleados tengan una conciliación familiar y otros casos pueden consideran que lo mejor es remunerarlos bien con un sueldo bueno puesto que así pueden entender que esa es su responsabilidad».* Se procura que exista un equilibrio entre la sostenibilidad de la empresa y el ideal de RSC.

2.1.3.- Estado crítico de supervivencia

Aquellos entrevistados que han afirmado que su situación actual de empresa es de supervivencia son aquellas que han descubierto una bajada notable de producción y de encargos desde 2009. El sujeto 9 afirma: *«[...] el diagnóstico de nuestra empresa se encuentra en una situación de supervivencia»* y la sujeto 4 afirma: *«Ahora mismo solo pensamos en el día a día para la supervivencia».* Su tendencia ha sido equilibrar y estabilizar su propia situación en una simple ecuación: bajada de ingresos, bajada de sueldos y mayor producción de trabajo. Se ven en la necesidad de tener que invertir más tiempo para obtener nuevos trabajos y mejores resultados.

Sin embargo, aquellas Pymes que llevan tiempo estableciendo políticas empresariales basadas en la RSC han conseguido una cierta posición mediática y social gracias a la personalidad y madurez adquiridas en estos últimos años.

Lo mismo sucede en el caso de las empresas cooperativistas. Éstas han logrado estabilizarse en una situación de supervivencia a partir de una serie de relaciones sinérgicas de trabajos y de mejoras para el desarrollo innovador de nuevas actividades profesionales. Reconocen encontrar en ellas interesantes oportunidades de trabajo y destinación de sus propios recursos económicos y profesionales para el desarrollo de nuevas ofertas. Aunque la renta de resultados no es del todo satisfactoria, entienden estas relaciones sinérgicas como una *«inversión»* (sujeto 12, 17, 14 y 9) a medio y largo plazo, como una producción de impacto social y como un retorno de probables clientes.

En esa situación de supervivencia algunos han considerado que su mayor tentación se encuentra en que puedan perder de vista su propio discurso de RSC en el trabajo diario. Su situación la entienden como una batalla en la que cada día se *“juegan la vida”* como empresa por no acabar siendo una empresa más del sistema. Es significativo que se afirme que la crisis está siendo muy larga, aunque los números den

algún atisbo de positividad. El sujeto 17 afirma: «[...] *pero nos seguimos jugando a la vida como empresa*» y el sujeto 12 afirma: «[...] *cuando vas tan justo, puede que el hecho de poner toda la energía en la supervivencia puedes por acabar perdiendo algunos matices que tienen que ver con tu identidad responsable.*».

Otros consideran que esta situación de supervivencia es muy preocupante. Entienden que tienen que seguir trabajando, luchando y desquitarse de algunas cargas. Llama la atención que, aun viéndose así, su mayor preocupación es el compromiso con sus *stakeholders* y no tanto su propia supervivencia. El sujeto 20 afirma: «*La situación actual nuestra es de sobrevivir, e incluso pensando en quitarnos cargas y poder cerrar algunas de las empresas*». Tienen muy clara su propuesta de RSC y son realistas a la hora de entender que no están ajenos a la situación del mercado.

2.1.4.- Estado crítico de preocupación

Aquellos que consideran su situación muy preocupante, no es porque la cuenta de resultados haya bajado significativamente, sino porque las cláusulas fiscales y empresariales les ahogan de manera desorbitada para poder seguir en pie. Ello hace que el producto de su empresa tenga que ser más barato y con unas condiciones de calidad menos favorables. La sujeto 4 afirma: «*Son tantas las cargas fiscales que a veces parece que en la cuenta de resultados no se gana dinero, puesto que las ganancias se mueven hacia ello*». Sin embargo, llama la atención que -a pesar de la situación preocupante en la que se encuentran- algunos encuestados con lágrimas en los ojos se nieguen a tener que entrar en estrategias convencionales de crisis: despidos masivos, especulación y disminuciones desfavorables de salarios.

Es significativo que se pregunten con contrición: «*¿Qué hemos hecho mal?*» (la sujeto 4). Algunos entienden que es una consecuencia más del contexto de crisis. Sin embargo, llama mucho más la atención que otros entiendan que su situación se deba a no haber exprimido del todo a los empleados, o no haberles bajado los salarios. Algo a lo que se niegan, puesto que siguen convencidos de que «*otra forma de hacer las cosas es posible*» (sujeto 4, 16, 17, 2, 3, 4).

Por tanto, quienes están pasando por una situación preocupante afirman que les está costando mucho salir hacia delante y sobrevivir, suscitando así una situación de reflexión y análisis para encontrar nuevas formas de reinvención y nuevas ideas, proyectos y estrategias de alianzas.

2.1.5.- Estado de oportunidad

Quienes sostienen que su situación nace a partir de la crisis son aquellas que han visto que su proyecto empresarial ha sido consecuencia directa de un nuevo perfil de consumidor, un nuevo producto o una nueva oportunidad. Han contemplado la crisis como una oportunidad para reinventarse, pero sin dejar de ser lo que pretendían ser desde el inicio. Veamos sus distintas razones:

- a) *«La crisis nos ha enseñado un nuevo espacio de actividad empresarial»* (sujeto 1). Quienes sostienen esto son aquellas empresas cercanas a sectores que han sido afectados por la caída de pedidos, de clientes y de proveedores o simplemente procedían de un antiguo despido. De esa experiencia de fricción han descubierto nuevas formas de hacer el proyecto empresarial buscando nuevos campos de mercado que no tenían que ver con la idea inicial. Reconocen que no era su propuesta primera, pero se sienten muy satisfechos porque (1) conjugan los mismos principios de RSC en la forma de organización empresarial y (2) entienden su proposición como un proceso constructivo y de cambio con implicaciones políticas, económicas, sociales y medioambientales.
- b) *«Buscamos los recursos que tenemos a mano»* (el sujeto 13, 10 y 6). Como emprendedores nacidos en medio de la crisis algunos afirman que han conseguido encontrar en esta situación una oportunidad aprovechando los recursos propios que tenían a mano sin ningún tipo de financiación externa. Han realizado un mapa de aliados estratégicos, es decir empresas afines con las que poder trabajar a modo de colaboración y modo de supervivencia. Alguna ha llamado a esa estrategia, “*hacer Manada*”. Se trata de buscar relaciones a largo plazo para trabajar y apoyar a otras Pymes que no puedan asumir el coste de sus servicios manteniendo precios más bajos, aplicando un “*sistema de trueque*”, o usando la “*moneda social*”.
- c) *«Somos una empresa anticrisis»* (el sujeto 10). Fueron creadas en medio de la crisis mientras se buscaba una actividad alternativa en los sectores en alza -como es el caso de la tecnología, la formación y el consumo ecológico- con una presencia activa en proyectos sociales. Lo llamativo de estos sujetos es que manifiestan que la crisis no es una realidad amenazante o negativa, sino una oportunidad que les ha abierto a hacer las cosas de otro modo sin perder de vista los criterios de ética empresarial.

- d) «*En la crisis nos sentimos arropados*» (sujeto 17). Frente al planteamiento individualista de supervivencia donde parece que lo colaborativo queda en el olvido, algunos han visto una oportunidad en el encuentro de sinergias y colaboraciones con otras empresas. Han localizado personas, empresas y entidades que hacen gestiones basadas en la Economía Social. De esas relaciones han surgido una serie de colaboraciones que les han ayudado a salir hacia delante con posibilidades comunes. El hecho de estar en una situación como la actual y sentirse cercanos a empresas en quiebra, así como observar las formas indignas de despidos y contratos, ha generado que estos sujetos estén más convencidos de su motivación por lo colaborativo y por las experiencias empresariales basadas en la RSC desde la Economía Social.
- e) «*La presencia de un consumidor crítico*» (el sujeto 3). La crisis ha obligado a muchas empresas a enfatizar su especificidad laboral. Algunas han considerado tener que dar un paso más, arriesgar su posición y aumentar la inversión para darse a conocer. En ese impulso por salir hacia delante se ha constatado, en un tiempo de desconfianza generalizada y de transformación, la presencia de un “*consumidor crítico*”. Este fenómeno se valora de manera significativa, puesto que ha sido una sorpresa haber descubierto que esta clase de perfil busca un consumo que está muy cercano a aquel que proponen.
- Éstos lo entienden como un dato favorable que va en aumento y que está siendo posibilitador. Se le podría denominar la “*revolución silenciosa*”, puesto que son conscientes de que “*algo está pasando*” y que se están cambiando las cosas. El sujeto afirma: «*[...] en realidad se está convirtiendo en una cierta revolución silenciosa y que algo está pasando y que se están cambiando las cosas*».

2.2.- Conveniencias, frenos y dificultades de la empresa responsable.

2.2.1.- Conveniencias

- «*Espacio del trabajo*» (sujeto 10, 5, 3, 1). Se trata de crear un espacio de trabajo donde los empleados estén motivados e implicados con la empresa. Esta estimulación lleva a que exista un ambiente:
 - (1) de *confianza*, puesto que se crean unos vínculos más cercanos,
 - (2) y *productivo*, puesto que hace que todos se sientan involucrados en la misión y visión de la empresa.

- «*Las relaciones laborales*» (sujeto 11). A los empleados de nueva incorporación se les ofrece una forma de trabajo poco habitual en un sistema colaborativo, en transparencia económica, con una propuesta mutua y con beneficios repartidos. Esta manera de contemplar el puesto de trabajo como un espacio honesto crea un buen ambiente y genera nuevas formas creativas de responsabilidades entre los implicados. No se basa en la relación jerárquica habitual jefe-empleado, sino en una organización horizontal donde reine un ambiente sano y distendido. Ello produce que los empleados trabajen involucrados en el proyecto y se responsabilicen de lo que hacen, *auto-gestionando* su trabajo y su tiempo y sacando lo mejor de sí mismos.
- «*La existencia de auditorías energéticas o sociales*» (sujeto 11, 9, 3, 16 y 17). Son indicadores activos de transparencia que se ofrecen a los clientes y empresas ante la reticencia hacia un sistema que ha quebrantado las relaciones de confianza.
- «*La economía verde*» (sujeto 1, 5, 6, 7, 8, 14 y 19). Las nuevas presiones sociales, políticas e ideológicas están introduciendo una serie de ventajas que hacen que sea más accesible el consumo ecológico. Se observa como un «*valor en alza*» (sujeto 2, 14 y 6) dada la presencia de un consumidor que se acerca con mayor concienciación y compromiso social a proyectos y asociaciones de consumo.
- «*Nos buscan por nuestra forma de trabajar*» (sujeto 13). El trabajo a largo plazo crea unas sinergias potentes de confianza entre la empresa y el cliente, los proveedores o la competencia. Se acercan con la garantía de una relación comunicativa a largo plazo con los *stakeholders*, en un ambiente sincero, abierto y honesto para la búsqueda de lo que algunos han llamado el retorno emocional.
- «*El Mercado Social*» (sujeto 3, 19, 1 y 18) es un espacio que crea sinergias de relación y de colaboración que desplazan cualquier tipo de soledad en el mercado. Estas iniciativas permiten:
 - la identidad de pertenencia,
 - la producción de nuevos flujos de negocios,
 - las relaciones en red y las colaboraciones,
 - la posición social de compromiso y sostenibilidad,

- el crecimiento profesional y personal, así como oportunidades de trabajo en proyectos que vienen dados por la pura convivencia con las entidades,
- las posiciones preferentes dentro del sector en el que se actúa.

Se contempla la integración en REAS como un plus en su plan de gestión, puesto que:

- da oportunidades de abrirse al mundo de mercado a partir de posibilidades y nuevos espacios de actuación,
- genera nuevas ideas,
- ayuda al crecimiento profesional y personal.

Aunque se reconoce que estas relaciones y estructuras de Economía Social no están creciendo de manera vertiginosa, se valora mucho el acompañamiento de otras empresas que, aunque de distintos y similares sectores, enseñan a:

- gestionar la empresa,
 - conseguir los primeros clientes, incluso prestándolos,
 - entender cómo funciona la empresa en cuestiones elementales como hacer facturas o presupuestos,
 - e insertarse en un ecosistema de empresas que permite ganar el primer impulso de viabilidad.
- «*El trabajo en red*» (sujeto 2, 7, 9, 12 y 17). Permite establecer relaciones de *inter-cooperación* con otras entidades, así como llegar a proyectos más grandes que de manera individual sería imposible conseguir. Al mismo tiempo, facilita mantener la plantilla, integrar nuevos conocimientos y saberes de expertos de una manera mucho más productiva. Se establece un espacio donde se acostumbra a compartir clientes, presupuestos y prácticas profesionales que ayudan a dar una identidad propia. Esta forma de trabajar en red es una modalidad de hacer empresa desmarcándose de las malas prácticas de un sistema individualista y capitalista.
 - «*El trabajo cercano y local*» (sujeto 12, 6, 8, 14 y 9) abre nuevas puertas de satisfacción personal y profesional en el contacto cercano con el cliente y consumidor. Adquiere una nueva forma de entender la profesión que se ejerce y se genera a partir de lazos afectivos más profundos.

- «*Herramientas de financiación alternativa*» (sujeto 3, 2, 17, 12 y 16) que proceden del Mercado social como Fiare⁴⁸⁶ y Coop57⁴⁸⁷. En ellas encuentran el alivio a la hora de solventar los problemas de liquidez y tesorería, así como el retraso en los pagos. Estas iniciativas se han creado para fomentar la Economía Social y Solidaria siendo en la actualidad una realidad mucho más extendida, puesto que no sigue los cauces de la banca tradicional. Lo mismo se podría decir de los “*micromecenazgos solidarios*” (*crowdfunding*) de personas anónimas para cubrir gastos y deudas ocasionales.

2.2.2.- Frenos

- «*Las trabas burocráticas y fiscales*» (sujeto 6, 4, 3, 2, 12, 10, 20 y 16) por parte de la Administración. Se observa con mucho sufrimiento pagar los requerimientos burocráticos y fiscales cuando al final del trimestre los precios y los gastos no están equilibrados. Su consecuencia se manifiesta en:
 - una depreciación en el acceso de los derechos laborales,
 - una falta de liquidez para pagar a la administración y para no colaborar activamente en proyectos sociales,
 - y poca capacidad adquisitiva para poder enfrentarse a los gastos que suponen el régimen general.
- «*Las administraciones públicas*» (sujeto 4, 7, 8, 9, 14, 20, 18 y 16). Se manifiesta que hay una falta de compromiso por parte de la administración pública en las intervenciones sociales y medioambientales a largo plazo. Lo mismo se puede afirmar sobre la ausencia de infraestructuras (direcciones

⁴⁸⁶ El Proyecto FIARE nace como un instrumento de intermediación financiera que permite dirigir el ahorro de personas, familias y organizaciones hacia proyectos que suponen una transformación de nuestra sociedad.

FIARE es un banco sin ánimo de lucro al servicio de la sociedad, del tercer sector y de la economía social con una relación cercana al territorio. Un banco en manos de la ciudadanía, creado desde la base, donde la participación de las personas y entidades socias son el factor clave. Los valores que inspiran el proyecto son: (1) Crédito al servicio de la justicia, (2) Un Proyecto en conexión, (3) Ahorro responsable, participación y transparencia y (4) Carácter no lucrativo e interés común. Disponible, en: <http://www.bancaetica.cat/es/fiare.php>. [Conectado: 19 de marzo de 2015].

⁴⁸⁷ COOP57 es una cooperativa de servicios que destina sus recursos propios a dar préstamos a proyectos de economía social que promuevan la ocupación, fomenten el cooperativismo, el asociacionismo y la solidaridad en general, y promuevan la sostenibilidad sobre la base de principios éticos y solidarios. Los recursos propios de COOP57 proceden principalmente de dos fuentes: (1) *Aportaciones de las entidades socias* (cooperativas, asociaciones, fundaciones y otras entidades de la economía social). (2) *Aportaciones de los socios y de las socias colaboradores* (personas físicas que quieren que sus ahorros se gestionen de acuerdo con sus inquietudes éticas y sociales). Disponible, en: http://www.coop57.coop/index.php?Itemid=26&id=12&option=com_content&task=view&lang=es_es. [Conectado: 19 de marzo de 2015].

generales de consumidores o de agroecología) que potencien la concienciación y la motivación de prácticas sostenibles, así como sobre las demoras burocráticas en los trámites administrativos y fiscales que ralentizan el proceso.

- «*La dificultad de los créditos*» (sujeto 13, 10, 16, 5 y 8) por parte la banca convencional. Se manifiestan de manera casi general las barreras y trabas a la hora de poder pedir créditos, fundamentalmente para aquellos emprendedores que desean abrir una línea de negocio con unas condiciones leoninas. Ello ha producido un miedo generalizado a la hora de embarcarse en el proyecto empresarial, así como un notable gasto de tiempo y energía, acumulación de deuda, el normalizado silencio administrativo y los retrasos en el pago.
- «*La cuestión económica*» (todos los sujetos por unanimidad). La situación de crisis no permite aumentar el volumen de las ventas. Esto repercute también en la dificultad de realizar nuevas contrataciones y de mejorar los servicios y las prestaciones de los empleados. Por la misma razón, afecta a la vida profesional y personal con horarios menos flexibles, vacaciones menos prolongadas y excesivo gasto de tiempo.
- «*Falta de compromiso*» (sujeto 19, 10, 3) en algunas cooperativas de recibir nuevas incorporaciones de socios. Se observa con cierta desconfianza la propuesta de poder integrarse al sistema cooperativista.
- «*La incertidumbre en medio de un proceso de crisis*» (sujeto 6, 17, 19 y 1). La generalizada incertidumbre del mercado afecta a la realidad de aspiración de la empresa y su posicionamiento.
- «*La tentación de devaluar los propios principios*» (sujetos 19, 3, 4, 6, 14 y 17) basados en la RSC para sobrevivir en un sistema económico que exige que se alcancen objetivos especulativos.
- «*La elaboración del producto*» (sujeto 1, 6, 7, 8, 17, 14, y 12) es un proceso dificultoso que requiere de muchos cuidados. La elaboración del producto exige mucha atención y trabajo de comercialización.
- «*Pérdida de clientes y proveedores*» (sujeto 7 y 6) que no entran dentro de las estrategias empresariales basadas en criterios de RSC y sostenibilidad.
- «*La financiación autónoma*» (sujeto 9 y 16) por parte de aquellas Pymes que han prescindido y prescinden de cualquier tipo de subvención. La bajada del

consumo y la contención del gasto han hecho que se reduzcan los niveles de venta de los productos.

- «*El funcionamiento interno de la Pyme*» (sujeto 2). Se producen problemas típicos en el organigrama interno de la empresa en lo referente a la disposición y gestión del tiempo de los involucrados en la actividad empresarial. Se busca un equilibrio difícil de mantener entre la eficacia en el trabajo y el tiempo empleado tanto en las gestiones internas como en las relaciones externas.
- «*Las trabas sobre los requerimientos y facturaciones de la luz para el cuidado y mantenimiento de las instalaciones*» (sujeto 4). A la altísima falta de información se unen las trabas burocráticas que hacen que sea muy complicado el normal funcionamiento de la empresa.
- «*Desconocimiento*» (sujeto 6, 8 y 7). Existe un público general que:
 - no entiende el modelo de gestión corresponsable y no se involucra en él por su forma de ser o por sus preferencias,
 - demanda precios más bajos y con peores condiciones de calidad,
 - y tiene una mentalidad muy economicista y poco abierta a largo plazo sobre el respeto al medio ambiente, el impacto social y el equilibrio económico.
- «*Las relaciones a corto plazo*» (sujeto 13, 12 y 17) por parte de clientes que desean soluciones inmediatas.
- «*La competencia desleal*» (sujeto 3, 18 y 17). Dependiendo del sector, surgen diferentes barreras que entorpecen las relaciones entre empresas. Se tiene que competir en un mercado desleal con las armas que proceden de la RSC. Y bajo el paraguas de la RSC la capacidad para abaratar el precio de los productos es prácticamente imposible.
- «*Desconfianza del producto sostenible*» (sujeto 14, 6 y 9). El altísimo desconocimiento que hay sobre este tipo de proyectos económicos genera cierta desconfianza hacia su modelo de trabajo y a la hora de demandar el producto.
- «*El tamaño*» (sujeto 2 y 3). La musculatura de la Pyme hace que su margen de maniobra sea mucho más limitado que el de cualquier otra empresa grande. Su espacio de actuación se reduce al ámbito local. Esa microestructura hace que su supervivencia se base en una lucha constante con los proveedores debido a la falta de implicación de los productores locales. Aquellas Pymes o

microempresas localizadas en provincias pequeñas sienten una desprotección altísima a la hora de poder avanzar.

- «*Calar la cultura empresarial en todo el organismo*» (sujeto 3, 5 y 19). Resulta difícil crear un “buen ambiente” empresarial cuando las actitudes profesionales y personales están unificadas bajos los criterios de la RSC.
- «*El desarrollo local en proyectos sociales*» (sujeto 10, 5 y 12) no da grandes remuneraciones económicas o sumas de dinero.

2.2.3.- Dificultades

- La mayoría posee una partida y un presupuesto reducidos. Suele tener una visión del proyecto a corto plazo, lo que genera una limitada relación laboral, una evolución lenta del negocio y un escaso crecimiento en relación con los grupos económicos de gran interés.
- El abuso de la competencia desleal. Generalmente no se respetan las normas de la competencia. Muchos inciden en la existencia de empresas que rayan la ilegalidad. Su propia estructura hace que sea complicado evitar este tipo de competencia.
- La limitación de ser Pyme. Ser pocos empleados y tener mucho trabajo ocasiona una notable limitación al no poder desarrollar nuevas iniciativas y más proyectos con compromiso local.
- Falta de compromiso por parte de las Administraciones en las partidas presupuestarias. Esos retrasos repercuten en un endeudamiento paulatino de la Pyme.

Es habitual recibir poco acompañamiento por parte de las instituciones públicas si lo comparamos con los cuidados que reciben las grandes empresas. No se atiende de una forma cercana y posibilitadora a las Pymes, cuando son éstas las que más presencia tienen y las que más potencian la economía local.

- Generalmente las Pymes tienen dificultades para entender la RSC desde su propia identidad. Muchas de ellas consideran que, por ser pequeñas y estar localizadas en un territorio cercano, ya debieran recibir los cuidados de la sociedad. Pero antes de saberse “*cuidada*”, la Pyme debería entenderse a sí misma como “*cuidadora*”, un aspecto paradigmático que aún no se ha consolidado.

- La Pyme española no está bien considerada y no se la tiene en cuenta desde el peso y la autoridad que posee en todo el entramado social-medioambiental-económico. Cuanto más pequeño es el espacio productivo más dificultades tienen para poder situarse en el entorno de una manera constructiva y dotarse de una imagen de corresponsabilidad en términos de RSC.
- La Pyme española suele insertarse en el constructo social de manera individual y solitaria. Muestra una cierta desconfianza en los procesos sociales que parten del Mercado Social y que podrían dar mejores proyecciones de trabajo y traslación comercial a un público que demanda nuevos valores más éticos y democráticos.
- Dificultades para obtener créditos con unas condiciones extrapolables.
Consecuencias:
 - (1) genera problemas de liquidez y de endeudamiento que afectan a la clase trabajadora,
 - (2) estancan la actividad empresarial y
 - (3) producen un desgaste en ambientes precarios.
- Las situaciones de carestía y los problemas de liquidez en aquellas Pymes con compromiso responsable son dos factores que propician la devaluación de los valores éticos y sostenibles por la propia supervivencia.
- El optar por un compromiso basado en la RSC hace que se tenga que renunciar a las economías de escalas.
- Existe un sobrecoste inicial de gestión que es complicado de asumir. El incorporar a filas un proyecto basado en la RSC conlleva salirse irremediabilmente del sistema convencional. Desmarcarse de estas dinámicas implica una inversión en términos económicos. Algo que no está al alcance de todas y que ni siquiera va acompañado de un reconocimiento público acorde con su compromiso socialmente responsable.
- El público no tiene demasiado conocimiento y no valora el que una empresa haya incorporado o no la RSC. Carece de elementos objetivos para evaluar qué compañía tiene mayor autenticidad y cuál no.
- Existe de manera generalizada un cierto complejo a la hora de posicionarse y darse a conocer como Pymes comprometidas. Esto genera un riesgo: la creación de relaciones elitistas y endogámicas entre aquellas empresas que interactúan en el ámbito de la Economía Social. Esto podría perjudicar su actividad empresarial

con los otros *stakeholders*. Puede que ese complejo esté viciado por tópicos basados en complejos internos y puntuales experiencias con otras empresas y clientes.

2.3.- El arquetipo de administración y gestión de una empresa responsable

Sobre la estructura de gestión empresarial generalmente los entrevistados se posicionan en un modelo horizontal. Es evidente, que las cooperativas entiendan la horizontalidad como modelo empresarial basado en criterios democráticos. Es el caso de los sujetos 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 12, 16 y 19. Sin embargo, en ellas descubrimos algunos matices que quisiéramos destacar.

Llama la atención que quienes defienden un modelo horizontal son generalmente aquellos directivos de empresas o socios con una media de edad que ronda los 35 años. Sin embargo, aquellos que se sitúan en una franja de edad más elevada (mayores de 45) apuestan por un modelo de gestión más centrado en la verticalidad, sin restarle importancia a la horizontalidad. Veamos sus particularidades.

2.3.1.- Tipo de gestión horizontal

La defensa de un modelo de gestión horizontal se basa fundamentalmente en criterios democráticos⁴⁸⁸. Se descubre que su razonamiento parte de dos motivaciones claras:

1. «*La convicción personal*» (sujeto 11) de que todas las personas involucradas en el proyecto empresarial son responsables y que cada una ejerce su trabajo sin necesidad de recibir ningún tipo control.
2. «*La honestidad*» (sujeto 11, 17 y 5) que se desprende entre los interlocutores internos de la empresa. Cada uno ha sido incorporado al Proyecto como profesional del ámbito laboral que desempeña. Su función para el Equipo viene a ser una aportación basada en la motivación y la implicación.

Esta forma de gestión basada en la horizontalidad posee algunas ideas fundamentales que destacamos a continuación:

⁴⁸⁸ Podemos contemplar en esta propuesta de horizontalidad las éticas postconvencionales que entiende su discurso racional como la disposición al reconocimiento y a la consideración de la igualdad de derechos de todos los compañeros de interacción. Véase, en: Apel, K.O. (1985): “El *a priori* de la comunidad de comunicación y los fundamentos éticos”, en: *La transformación de la filosofía*, Vol 2, Madrid, Tauros.

- Se construye no sobre una relación contractual de jefe-empleado, sino a partir de una negociación entre las partes sobre la oferta, los ingresos, los gastos y el beneficio a repartir⁴⁸⁹. El sujeto 9 afirma: «*Nuestro modelo de gestión [...] se basa no en una relación contractual establecida en las condiciones de trabajo y sueldo [...]*». En dicha relación se crea un espacio de transparencia que motiva una responsabilidad y una corresponsabilidad para el cumplimiento de unos objetivos concretos basados en la misión y visión de la empresa.
- Es un modelo de empresa dialógico, puesto que las partes se ponen de acuerdo sobre las condiciones y la implicación a la hora de cumplir con los objetivos. No se busca una relación basada en la explotación, sino en la participación en el Proyecto empresarial. El sujeto 9 afirma: «*La realidad se asume y se busca de manera conjunta para responder para una cosa como la otra de una forma dialogada*» y el sujeto 3 afirma: «*Pienso que es necesario la presencia de modelos que permitan [...] el dialogo entre las distintas realidades*».
- La horizontalidad se contempla como un verdadero logro respecto a las formas habituales de empresa. Es una ineludible forma de dignificar al ser humano y su capacidad de trabajo. El sujeto 19 afirma: «*[...] participar en la empresa es un logro y una dignificación del ser humano*». De ahí que se entienda que el proyecto empresarial sea un espacio de aprendizaje diario y de maduración tanto personal como profesional que forma parte de sus vidas. El sujeto 1 afirma: «*Al final es querer enfatizar tu propia dignidad humana y poder crear del trabajo un lugar de sentido [...]*».

Para aquellas que son cooperativas su horizontalidad se establece a partir de ciertas características identificables:

- «*Un criterio democrático*» (sujeto 9, 5, 3 y 16) de empresa donde todos los interlocutores tienen exactamente el mismo peso tanto en derechos, deberes, obligaciones, tareas y beneficios.

⁴⁸⁹ Identificamos en esta propuesta una clara referencia a la filosofía política de Jünger Habermas. Véase, en: Habermas, J (1996): “Ética del Discurso. Notas sobre un programa de fundamentación”, en: *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, Península. O también, véase un interesante estudio sobre el mismo, en: Nielsen, T. M. (1990): “Jürgen Habermas: morality, society and ethics”, en: *Acta sociológica*, 33 (2). La gran diferencia de Habermas con el paradigma liberal sobre la etapa postconvencional se encuentra en un punto de encuentro sobre la fuente de los derechos fundamentales. Así como para J. Rawls los derechos se refieren a una ética de bienes de derechos subjetivos; para Habermas los derechos no son subjetivos, sino producto de la intersubjetividad comunicativa y los presupuestos procedimentales del discurso. En otras palabras, es el reconocimiento de cualquier otro como un interlocutor válido con el que se puede llegar al entendimiento.

- «*Su gestión interna*» (sujeto 2 y 10) funciona a partir de una caja común. Cada uno realiza sus horas de trabajo y es remunerado en términos de igualdad y de condiciones.
- «*Se procura atención y acompañamiento*» (sujeto 19, 3, 4, 5, 11 y 12) en el funcionamiento grupal, a la hora de facilitar las relaciones, tratar los conflictos y gestionar las emociones y cuidados.
- «*Se pone énfasis en la calidad de comunicación*» (sujeto 1, 10, 11, 9, 13 y 17). Se funciona por medio de asambleas periódicas en las que se tratan los temas que atañen al todo empresarial tratando de regular las relaciones mutuas tanto profesionales como personales.
- *Figura del líder* (sujeto 17, 13, 18 y 15). Esta forma de modelo empresarial genera la corresponsabilidad y responsabilidad de cada interlocutor en las acciones diarias. Cada uno aporta su experiencia profesional al global de la empresa. Para esta fusión de sinergias se ve necesaria la presencia de una persona con capacidad para mirar con objetividad y orientar las decisiones más importantes.

2.3.2.- Tipo de gestión horizontal con acento en lo vertical

Para aquellas empresas con trabajadores continuos o discontinuos se establece un sistema basado en la horizontalidad donde se acentúa la presencia de una cabeza visible, encargada de tomar las decisiones más importantes de la empresa. En lo que respecta a las tareas y gestiones del día a día de la empresa, cada uno es reconocido en su puesto de trabajo en términos de igualdad.

Estos sujetos, que así entienden su empresa, comprenden que su modelo de gestión posee una horizontalidad procurando propiciar un trato igualitario y digno, donde se facilite el consenso y la comunicación, en una relación abierta y distendida. Sin embargo, marcan la presencia de un modelo vertical que es imprescindible para el avance del proyecto. Nos referimos a la toma de decisiones importantes que atañen a los socios fundadores o directivos: relación con proveedores, imposición de precios, contrataciones, ámbitos por los que caminar,... Es el caso del sujeto 15, 6, 7, 14, 20, 17 y 4.

2.3.3.- Tipo de gestión vertical

Aunque se reconoce que el modelo de gestión es una mezcla entre la horizontalidad y la verticalidad, consideran que la dirección gerencial es fundamental

para que exista un mínimo de practicidad. Se entiende de este modo la verticalidad como base para el crecimiento del proyecto empresarial y para el desarrollo de dinámicas de control sobre los horarios, gestiones, repartición de tareas y decisiones técnicas que afectan al conjunto de la empresa.

Por tanto, la verticalidad es de vital importancia puesto que debe ser imprescindible para los sistemas de control y eficacias. Sienten desconfianza hacia políticas empresariales basadas en la plena horizontalidad. Es el caso del sujeto 18.

III.- EL ESPACIO Y EL TIEMPO DE LA RSC EN LA EMPRESA.

3.1.- Administración de plan estratégico para la aplicación de la RSC.

Ante esta pregunta encontramos división de opiniones puesto que unos sí que tienen integrado un plan estratégico dentro de su organización y otros, por diferentes razones, no lo tienen materializado pero sí interiorizado en el devenir diario de la empresa. Veamos sus razonamientos.

3.1.1.- Ausencia de plan estratégico

Generalmente, aquellas empresas que carecen de un plan estratégico son Pymes que poseen un tamaño muy reducido y con una carencia de recursos materiales y humanos. Es el caso de los sujetos 1, 11, 6, 7, 14 y 15. Entienden que está integrado en el ADN de la empresa desde su creación a partir de una deliberación previa que tiene que ver con las distintas experiencias personales y profesionales. La sujeto 11 afirma: *«Digamos que nuestra empresa carece de plan estratégico y esto es debido al tamaño que tiene»*. Ello ha propiciado que el plan se aplique, casi de forma natural, en el día a día con sus *stakeholders* internos y externos. El plan se va adaptando a las necesidades planteadas al inicio de la empresa y a las que van surgiendo en el devenir diario.

Por tanto, no poseen un plan estratégico en sí mismo. No ven la necesidad de disponer de un discurso estratégico formalizado ya que el plan se manifiesta en el día a día en función de la actividad empresarial y la capacidad de análisis y reflexión.

3.1.2.- Posesión de plan estratégico

Aquellas Pymes que tienen una mayor musculatura con más de diez trabajadores o socios a su cargo manifiestan la existencia de un plan estratégico basado en una determinante reflexión previa. Es el caso de los sujetos 20, 19, 18, 2, 3, 4, 9, 10, 13, 16. La afirmación del sujeto 18 suscribe a los demás: *«Tenemos un plan estratégico propio de la empresa»*. Ese proceso de discernimiento se ha estructurado del siguiente modo:

- Determinación de cuáles van a ser las *líneas de acción* que se van a realizar interna o externamente respecto a la empresa en términos de Responsabilidad Social.
- Implicación en el entorno y definición de la postura a desarrollar. Se analizan los *porqués*, los *quiénes* y los *para qué*.
- Análisis de *qué* papel se pretende desempeñar en esos procesos y *cuál* es el grado de influencia para generar ese espacio.
- Entender el *hacia dónde* se encamina el proyecto y cuál va a ser su capacidad de influencia para que tenga un sentido de transformación.

Quienes han introducido un plan estratégico en su modelo de empresa han manifestado su plena satisfacción. Han comprobado una evolución positiva desde su integración ya que su puesta en marcha les ayuda a trabajar en lo que se quiere, a no relajarse y a evitar cometer errores. El sujeto 12 afirma: «[...] *aquel plan estratégico fue [...] el cambio en positivo [...] para los canales de comunicación entre nosotros*». Sostienen que es importante la presencia de un plan estratégico y la fijación de unos objetivos a medio y largo plazo que no deben ser siempre de carácter económico.

Por tanto, se entiende como una herramienta que busca constantemente dar sentido a todo lo que se hace. El sujeto 3 afirma: «[...] *buscan constantemente “una forma de sentido” en aquello que hacemos*».

3.2.- El modo estructural o transversal de la RSC.

Todos los encuestados de manera unánime afirman que la realización de la RSC en su propia empresa es completamente transversal y tiene que ver con su propia forma de ser. Al ser empresas con un tamaño reducido y con poca liquidez ven innecesario establecer un departamento estructurado de RSC e integrarla en las funciones de gerencia. Por la misma razón, no consideran oportuna la búsqueda de una cultura empresarial basada en «*la generación de departamentos desde lógicas de equilibrios estructurales*». Así lo afirma el sujeto 16.

Por el contrario, entienden la RSC de manera auténtica y transversal. La sujeto 1 afirma: «*La Pyme tiene un lugar importante en esta sociedad porque se permite el lujo de hacer su propia RSC de manera auténtica, de manera honesta [...]*». Definen la empresa como una identidad propia donde no es necesaria la presencia de un

departamento o una estructura que se pueda implementar, sino que responde a una forma de organización y de entender el trabajo propias.

El hecho de que su RSC sea transversal significa que invade todas las facetas de la organización empresarial. Cualquier estrategia que se idee estará transpirada internamente por esa transversalidad. Por tanto, se entiende que la RSC tiene que estar integrada en el todo empresarial como un “*algo identitario*” en su forma de ser y que tiene que ver con mecanismos relacionados con la transparencia, participación, escucha, observación e implicación. El sujeto 9 afirma: «*Nuestra empresa entiende la RSC como algo coyuntural como su forma de ser. Es lo que hace que tenga su propia identidad*» y el sujeto 14 afirma: «*Esta forma de RSC la tenemos muy clara de nuestra propia identidad y la llevamos por delante incluso en nuestra relación con los clientes*».

3.3.- Modelos de procedimiento de decisión de la RSC

3.3.1.- Experiencias ante el procedimiento de decisión de la RSC

Identificamos tres momentos claves en el proceso de decisión de una iniciativa empresarial basada en la RSC. Veamos cada uno de ellos:

1.- «*Despido masivo o malas experiencias de trabajos anteriores*» (sujeto 17, 1 y 14). Quienes comenzaron su proyecto empresarial a partir de una mala experiencia laboral o de un despido masivo, sostienen que fue un punto de fricción. Es significativa la forma en que es estructurado su discurso sobre estas experiencias puesto que han sido muy críticos en cómo fueron tratados. Su experiencia laboral se basaba en:

- Recibir órdenes directas del directivo o jefe del departamento. En función del estado de ánimo de éste, se veía afectado el rendimiento de su puesto de trabajo.
- La incorporación laboral con contratos indignos, sin seguros y en condiciones deplorables.
- Los criterios de obligaciones, los sistemas de control y de rentabilidad y los horarios excesivos para la conciliación con la vida personal y familiar generaban niveles de frustración y estrés muy elevados.
- Despidos masivos e inhumanos.
- Frialdad en la valoración de la rentabilidad económica.

Estas experiencias laborales desembocan en un análisis personal que conlleva la creación de un nuevo espacio empresarial más acorde con su estilo de vida y alejado de aquellas malas vivencias. De este modo, su Proyecto empresarial basado en la RSC nace

como un discurso crítico hacia lo corporativo como una realidad clasista, fría e inhumana que genera unas dinámicas poco adecuadas. Nace así una necesidad de buscar y recuperar el sentido al trabajo como un instrumento de servicio a la comunidad y con un estilo mucho más ciudadano basado en valores humanos.

Por tanto, la iniciativa de la empresa se convierte en un Proyecto novedoso que se caracteriza por:

- Un análisis crítico por lo corporativo,
- Se constituye a partir de una maduración personal,
- Se entiende como una iniciativa que enfatiza el trabajo solidario y posiciona a la persona como centro del trabajo.

Este discurso de la empresa no pretende ser reaccionario o revolucionario, sino convertirse en una prolongación personal de coherencia.

2.- «*Maduración personal o convicción propia de hacer las cosas de otra manera*» (sujeto 11, 6, 7, 2, 13, 12 y 16). Quienes han comenzado su proyecto empresarial a partir de criterios de RSC han tomado la decisión no como consecuencia de una mala experiencia, ni de tratos inhumanos o de altos niveles de estrés o frustración, sino como un proceso de maduración personal. En ese proceso se fusionaron varios factores que han propiciado la generación de nuevas oportunidades para hacer las cosas de otro modo en el mundo de la empresa. La finalidad de esa decisión es que la actividad empresarial tenga sentido en todos los ámbitos de la vida como consecuencia de una maduración personal y profesional. De este modo, se establece la necesidad de constituir un trabajo cooperativo con sus *stakeholders* a partir de valores democráticos.

Además, esta decisión parte de una convicción personal⁴⁹⁰ de no parecerse a cualquier otro tipo de organización convencional. Busca la coherencia en sus propios principios vitales e intenta expandirse a todos los ámbitos de la vida. Entienden que el ámbito laboral no puede disociarse de la experiencia, los valores y el desarrollo personal. Tal convicción nace de la idea de que «[...] *las cosas se pueden hacer de otro modo*» (sujeto 12, 13 y 16). En otras palabras, se persigue plantear un cambio de

⁴⁹⁰ Identificamos la idea de la convicción a partir del planteamiento que nos ofrece el filósofo y sociólogo alemán Max Weber sobre la “*Ética de la convicción*” y “*ética de la responsabilidad*”, que, aunque orientada hacia la figura del político, es de absoluta cercanía para el universo del empresario. Véase, en: Weber, M. (2007): *La política como profesión*, Madrid, Biblioteca Nueva.

paradigma a partir de un ejercicio más ético y más humano e investigar nuevas tendencias de relación entre instituciones y empresas a largo plazo.

El argumento del proceso de decisión parte de la necesidad de buscar y recuperar el sentido del trabajo, al que pretender inculcar un estilo más ciudadano. El trabajo, para ellos, es considerado un instrumento de servicio a la comunidad.

3.- *«Proceso natural y de necesidad de trabajo»* (sujeto 10, 15 y 1). Algunos de los entrevistados reconocen que en un momento concreto de sus vidas coincidieron con otras personas que perseguían los mismos objetivos en términos de RSC y que buscaban una forma de autoabastecimiento.

A partir de estos dos elementos, decidieron crear el Proyecto empresarial para cubrir las necesidades de autoempleo a la vez que daban respuesta al compromiso socialmente responsable que ya tenían adquirido previamente.

3.3.2.- Interés por los modelos de procedimiento de decisión de la RSC

Ante la significativa intensidad y fuerza con la que todos los entrevistados expresaban sus razonamientos sobre la decisión por una empresa socialmente responsable, el entrevistador se interesó por ello insistiendo un poco más en conocer la verdadera razón que les ha llevado a un proyecto así, y por qué no amoldarse a un formato empresarial basado en criterios convencionales. Tres han sido las respuestas que coinciden y que nos gustaría añadir a este análisis:

1. «Necesidad de hacer las cosas de otra manera» (sujeto 16, 6, 7, 4, 3, 11).

La idea surge por un interés social que pueda tener impacto en una forma distinta de hacer economía. Su intención es crear una línea de negocio que se desmarque de la establecida, ya que los indicadores de beneficio van más allá de lo puramente económico. Lo entienden como otra manera de hacer la actividad empresarial donde el acento se pone en el todo social y su interés se focaliza en el avance de una idea que pueda beneficiar al mayor número de personas.

2. «Ambiente familiar y calidad de vida» (sujeto 1, 2, 10, 16, 17, 19, 20).

Se valoran detalles que van más allá de la cuenta de resultados, puesto que buscan calidad de vida en un espacio donde la persona es el centro de atención. Algunos indican que gran parte del sueldo ya está justificado en términos de satisfacción. El sujeto 2 afirma: *«Planteé la necesidad de hacer una reunión para ver si había ganas para empezar un proyecto puesto que se había un ambiente cercano a nosotros donde comenzaban proyectos de autogestión empresarial»*.

Por tanto, la empresa se entiende como un lugar donde se enfatiza la propia dignidad humana y hace del trabajo un lugar de sentido, a pesar de que se cobre menos. El espacio laboral se entiende como propio. En él se garantizan unas formas más flexibles de organizar el trabajo con personas que comparten los mismos objetivos, en un ambiente distendido, familiar y divertido.

3. «*Crear un espacio en las cosas en la que crees*» (sujeto 5, 13 y 8).

Optar por una empresa socialmente responsable es crear algo en lo que se cree. Es decir, es una manera de ser que no se aprende, sino que se tiene adquirida por razones de educación o por experiencias vitales. Su verdadera motivación es construir un espacio en el que se proyecta aquello en lo que se cree. El sujeto 8 afirma: «*Supongo que esto está creando en muchos de nosotros una expectativa optimista donde te crees que somos capaces de dar un cambio*». El proyecto y la convicción van en función de las propias personas que gestionan la empresa y de la sociedad en general como destinataria. La sujeto 13 afirma: «*Sería absurdo estar haciendo algo que no te crees para alguien que no te gusta. “No tendría sentido”*».

3.4.- La cultura empresarial de la empresa responsable.

De manera unánime todos los entrevistados afirman que la cultura empresarial basada en la RSC ha calado profundamente en su Proyecto tanto en la mayoría de los miembros del equipo, como en aquellos empleados de nueva incorporación, clientes y proveedores. No se contempla como un simple barniz o algo superficial, sino como algo transversal que invade el funcionamiento y la organización del trabajo.

Llama la atención que aquellos que están más implicados en la empresa, se esfuerzan más en el trabajo. Asumen incluso más carga laboral, sin importarles los horarios. De hecho, los niveles de absentismo son muy bajos.

Entienden que esta cultura empresarial forma parte de la misma estructura de la empresa y que es su propio ADN, puesto que nace como una vocación por trabajar por el entorno y ser corresponsables en los procesos de transformación. Gran parte de los que así afirman su situación entienden que los involucrados en el Proyecto:

- Están convencidos, instruidos, formados, mentalizados y preocupados por una forma de hacer la actividad empresarial que va más allá del beneficio económico.

- Entienden el trabajo como una dimensión exclusivamente vivencial. Se sienten identificados con sus planes de acción. La mayoría de sus actuaciones proceden de experiencias políticas, formativas, ideológicas y militantes anteriores.

Por tanto, el hecho de tener que enfrentarse a un proyecto empresarial basado en criterios de RSC no es algo que cueste, puesto que nada de lo que se hace es ajeno a ninguno de ellos. Más bien, observan que lo ajeno son las formas habituales de hacer empresa donde el acento no se profundiza en la centralidad de la persona. Se advierte que esta forma de cultura empresarial no es elitismo o “*amiguismo endogámico*”, sino todo lo contrario. La sujeto 1 afirma: *«En realidad no es elitismo o amiguismo, sino que tiene que ver con una cuestión de relación natural donde se han puesto en común nuestros ideales y trabajamos desde ahí»*. Se entiende como el resultado de una relación natural donde todos han puesto en común una serie de ideales en confianza.

Algunos de los entrevistados reconocen que su objetivo no está centrado en potenciar, cultivar y concienciar una cultura empresarial basada en la RSC. Su mayor preocupación se encuentra simplemente en no bajar la guardia respecto a su compromiso responsable. El día a día les genera una dinámica de rutina y de lucha constante que puede terminar por perder de vista los objetivos. El sujeto 17 afirma: *«Estamos en un momento, ya no solo de poder potenciar y de calar entre nosotros, sino más bien de no bajar la guardia y seguir con esta idea»*.

Otros, por el contrario, han encontrado dificultades para que esa forma de cultura empresarial cale en los trabajadores. El sujeto 14 afirma: *«[...] intentamos plasmarlo en la relación laboral con los trabajadores»*. Ven con normalidad haberse encontrado con personas que se incorporan al proyecto con otras expectativas de trabajo. Empleados que se muestran reacios y desmotivados ante esta filosofía empresarial y que demandan un sueldo fijo y mejores prestaciones. El sujeto 16 afirma: *«[...] incluso socios o trabajadores de nueva incorporación han tenido que cultivarse en esta cultura nuestra y hasta algunos lo han incorporado de modo previo a su puesto de trabajo con esa idea preconcebido»*. Se reconoce que existen diferentes razones (indiferencia, ignorancia, desinterés, búsqueda de facilidades cómodas de trabajo) por las cuales no se llega a un entendimiento entre la empresa y estos empleados. El sujeto 8 afirma: *«[...] aquellos que se incorporan a filas como trabajadores no saben casi nada de la filosofía cooperativista donde se quedan un poco descolocados»*. De lo mismo habla los sujetos 5, 2, 3, 9, 13 y 19).

IV.- ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA APLICACIÓN DE LA RSC.

4.1.- La naturaleza temporal de la RSC

Respecto a esta pregunta todos los interlocutores unánimemente sostienen que la aplicación de la RSC es un complemento a largo plazo. Entienden que no podría ser pensada de otra manera para establecer una relación honesta, abierta, cercana y transparente con sus *stakeholders*.

Este enfoque a largo plazo hace entender que los resultados no pueden ser únicamente inmediatos, ni cortoplacistas. La sujeto 13 afirma: «[...] *las empresas son muy “cortoplacistas” y el retorno emocional se plantea a un largo plazo*». Se necesita de cierta perspectiva para observar, analizar y contemplar aquellas acciones que se hacen presentes en el día a día de la empresa y en su relación con los *stakeholders*. En otras palabras, la forma de hacer RSC es una actitud permanente y es una forma de ser que atraviesa toda la actividad de la empresa.

A partir de esa convicción, los entrevistados se atreven a hacer un discurso crítico de las formas cortoplacistas de la mayoría de las empresas y Administraciones Públicas. Lo entienden como uno de los grandes problemas en los que está envuelta la RSC. Con el cortoplacismo se intenta demostrar que existe una preocupación por lo social y lo medioambiental pero solo en acciones puntuales. La sujeto 13 afirma: «*Lo que frecuentemente se realiza de acciones cortoplacistas las entiendo como parches de intentar demostrar que en verdad se está haciendo algo*».

Por tanto, de manera unánime todos los interlocutores admiten que una RSC basada en el corto plazo se entendería como una responsabilidad de «*usar y tirar*» (sujeto 10, 16 y 14), como un lavado de imagen social y mediático, o como un instrumento para llegar a un público en términos de marketing. Estas acciones se observan con cierta desconfianza, puesto que serían acciones antitéticas.

De este modo, la RSC se comprende como un trabajo con objetivos a largo plazo que se despliegan en una serie de contribuciones globales tanto para la sociedad como para la organización. El trabajar bajo una premisa *largoplacista* hace que la actividad económica sea una pequeña contribución que se realiza en el tiempo y que tal aportación esté integrada y justificada dentro del marco común de la Economía Social. Esto permitiría, por un lado, aspirar a hacer bien el trabajo y, por otro, identificar ese trabajo como un eslabón dentro del desarrollo de la economía que ubica a la persona en

el centro del Proyecto. La RSC no tiene fecha de caducidad y la misión de los directivos de la empresa es crucial para que siga sosteniéndose en el devenir diario con unos objetivos a largo plazo.

Sin embargo, una gran mayoría de los entrevistados advierte que se podrían conjugar las dos cosas (corto y largo plazo), puesto que entra en juego lo que llaman el “*factor sorpresa*”. Por un lado, la RSC sería un complemento moral cortoplacista presente en las actividades del día a día y en los cursos alternativos de acción. El sujeto 20 afirma: «*Pienso que hay un factor importante que es factor sorpresa donde el día a día te hace caer en la cuenta de ir cumpliendo poco a poco los objetivos que nos vamos marcando [...]*». Y por otro, la RSC se entendería en un largo plazo durante el cual se analizarían profundamente unos resultados que no son inmediatos. No se puede ser una empresa socialmente responsable en el presente y no serlo en una perspectiva de 15 o 20 años, y tampoco puede no serlo en el presente y pensar que lo será en el futuro. El sujeto 16 afirma: «*Pienso que se conjugan un poco las dos visiones de esa responsabilidad social*».

Por tanto, la precisión de conjugar las dos realidades es una forma de no pensar en la RSC como un ideario de futuro utópico. El sujeto 15 afirma: «*El contagio es un factor importante, pero no deja de ser utópico*». Puesto que no se trata de una utopía, los entrevistados ven la RCS como un instrumento presente en la actividad diaria (corto plazo) con proyección de futuro (largo plazo). Esa estrategia vital así comprendida hace que se pueda concebir este proyecto en el devenir diario con objetivos a largo plazo.

4.2.- La figura del Líder dentro de la empresa responsable

Respecto a la figura del líder llama la atención cómo en la mayoría de los entrevistados existe una cierta desconfianza sobre este concepto. Es el caso de los sujetos 1, 2, 4, 9, 10, 12, 14, 16, 17. Es habitual identificar el liderazgo con la demagogia.

Entienden que el líder no es alguien nombrado para ordenar. Liderazgo y mandato heterodoxo no están relacionados, puesto que su razón de ser en la empresa radica en su capacidad de actuar, sus propias actitudes, su forma de gestionar, así como en su forma de decir las cosas de manera incorporada. Ser líder no es alguien que tenga mayor capacidad de mando. No se entiende como un sujeto situado en la cabeza de la estructura jerárquica de la empresa.

Al contrario, el liderazgo va relacionado con el tema de la autoridad⁴⁹¹, no como la autoridad que se atribuye a sí mismo, sino como la autoridad que los demás le atribuyen. La relación entre autoridad y liderazgo se da como un reconocimiento de coherencia que llama a la autenticidad. Lo contrario a esto, sería plantearlo desde la autoridad de obediencia jerárquica. Por tanto, su capacidad radica desde el reconocimiento de sí y del Equipo en un alguien que se gana su puesto desde la confianza, la coherencia y la autenticidad.

Desde esta tesis, veamos algunas claves y características que son definidas por los entrevistados para dibujar la idea de líder desde la experiencia personal y vivencial de cada uno:

1.- «*Propicia el diálogo y la comunicación*» (sujetos 13, 4, 5).

El líder es una persona que busca constantemente el buen ambiente dentro de la empresa a partir del entendimiento, la comunicación, el consenso y acto del habla. Piensa constantemente en el equilibrio del bien general y no solo en el bien de los resultados económicos. Apunta a que el otro-empleado entienda su responsabilidad poniéndose en su lugar. Esa capacidad de diálogo se contempla como una gran responsabilidad respecto a aquellos que están dentro del espacio empresarial.

2.- «*Propicia la confianza*» (sujetos 9, 14, 12).

Uno de sus principales rasgos es mostrar la “confianza” a partir de la transparencia de la realidad empresarial tanto para sus *stakeholders* internos como externos. Desde esa relación de confianza apela a la responsabilidad y corresponsabilidad de todos los implicados por el bien económico, social y medioambiental. Genera dinámicas de agradecimiento y generosidad, así como una “*comunicación profunda y transparente*”.

El líder está llamado a crear una cultura empresarial en armonía potenciando un trabajo de calidad. Es alguien que tiene en cuenta los sentimientos, atiende y acoge las

⁴⁹¹ Identificamos por parte de los entrevistados la aclaración que Paul Ricoeur realiza sobre la Autoridad, puesto que designa una institución existente, positiva, encarnada en unas autoridades. Es decir, personas que ejercen el poder en el nombre de la institución. «*La pareja ordenar-obedecer, en tanto que designa una estructura dada de interacción, se encuentra así desdoblada en otra pareja, que hace pasar del hecho al derecho. Tenemos el derecho a..., por la parte de quien manda, derecho que excede a la simple capacidad para hacerse obedecer, en la medida en que confiere la legitimidad sin la cual el poder de hacerse obedecer se reduciría al hecho desnudo de la dominación [...]; y por otro, el reconocimiento por parte del subordinado, del derecho del superior a mandar. [...] Esta polaridad de la legitimidad y del reconocimiento [...] sugiere la definición del verbo autorizar: revestir de una autoridad, acreditar*»: Ricoeur, P. (2008): *Lo Justo 2. Estudios, lecturas y ejercicios de ética aplicada*, Madrid, Trotta, p. 88.

necesidades de todos los interlocutores válidos. En definitiva, el líder busca la permanencia y la proyección.

3.- «*Está en un proceso de eterno aprendizaje*» (sujetos 13, 5, 1, 2).

El líder posee una capacidad de aprendizaje diario, puesto que nadie le ha enseñado a serlo. Por eso es necesario que esté abierto al habla, al consenso, la exposición, la mediación y la evitación del conflicto.

4.- «*Propicia la mediación y la gestión*» (sujetos 13 y 9).

El líder es aquella persona que desde su posición observa dónde está la oportunidad, cómo hacerse a ella, cómo presentarla, cómo gestionar el trabajo en conjunto,... Desempeña un papel de mediación y gestión de tareas, a pesar de que cada empleado asuma el rol de líder dentro de su área.

5.- «*Alguien convencido de lo que hace*» (sujetos 4, 16, 19).

El líder desempeña su rol en defensa de la RSC desde la “convicción” que le ha llevado a iniciar o coordinar el proyecto con una serie de “compañeros de viaje”. Su elección le lleva a encontrar mayores garantías de satisfacción personal y profesional en su puesto de trabajo.

6.- «*El encargado de la decisión*» (sujetos 20, 19, 6, 7).

El líder es aquella persona que tiene que decidir sobre los asuntos más difíciles y complicados teniendo en cuenta todas las consecuencias y cursos de acción alternativos. Esta capacidad le llevará a equivocarse y aprender en el devenir diario por el bien general, tanto de los *stakeholders* externos como internos. El líder es aquel que toma decisiones en la paradoja entre el miedo a equivocarse y la satisfacción de hacerlo bien. Debe reconocer que la equivocación es una realidad innata en el ser humano. Pero para hacer frente al error, hay remedio. Al líder se le atribuye una madurez que le hace buscar las mejores alternativas para el bien general.

El líder se sitúa en la empresa como un sujeto que debe decidir sobre los problemas complicados y dé la cara. Es alguien que tiene que saber decir que no para velar por el bien general de la empresa.

7.- «*Es el constructor de Equipo*» (sujetos 16, 15, 12, 8).

El líder debe de poseer una capacidad de construcción de equipo desde el sentido de la empresa y la cohesión grupal. Lleva un liderazgo que se manifiesta en actitudes como la motivación, activación de procesos e innovación. El líder es una persona que debe ser impetuosa, dinámica, atenta a lo que pasa en la empresa y a las diferentes

cuestiones externas. Es alguien que ejerce y desarrolla una posición central tanto en su dimensión productiva como relacional. Intenta constantemente que sus empleados sean interlocutores válidos hasta el punto de conseguir que ellos piensen y vean la empresa como él mismo lo experimenta.

8.- «*El equipo es el líder*» (sujetos 1, 3, 17, 5).

En los entrevistados pertenecientes a cooperativas añaden que el liderazgo no se localiza en una sola persona. Se intenta que cada uno haga su trabajo de la mejor manera posible y que vean su implicación como forma de liderazgo personal en su espacio de trabajo. Su afirmación se efectúa desde la convicción de que la persona es protagonista de su propio puesto de trabajo y que ahí es líder. Ello conlleva adjuntas unas responsabilidades en la toma de decisiones y condiciones del trabajo.

Por tanto, tomando en consideración estos ocho aspectos expuestos podríamos resumir el papel del liderazgo en una serie de características⁴⁹²:

- Un líder debe ser una persona que *cree en lo que dice y hace*.
- Un líder debe ser una *persona inteligente*. Alguien con capacidad de transmitir sus conocimientos y experiencias a todo el equipo.
- El líder es alguien con *empatía* y con capacidad de ponerse en el lugar de la otra persona o grupo.
- El líder es alguien que debe *tener credibilidad*, sin lugar para el engaño. Tiene que ser auténtico y querer el bien general.
- El líder es una persona que *siente pasión y amor* en lo que hace.
- El líder es aquella persona en el Equipo que tiene que estar *abierto a hacer sacrificios* por los demás.
- El líder es un alguien que *lidera sin ser líder*. Es alguien que no adquiere esta atribución y no sale en los medios de comunicación. Su trabajo es mirar

⁴⁹² Contrástese esta idea con lo que diferentes autores han considerado sobre el *liderazgo responsable* (Cf. Cortina: *Ética de la empresa*, p. 105; Marías, J. (1996), *Persona*, Madrid, Alianza, pp. 65-66). El *liderazgo responsable* es la materialización de un sujeto en la toma de decisiones, en la forma de relación con los interlocutores válidos, en la gestión del tiempo y las negociaciones tanto de ampliación, despidos o resolución de conflictos. El líder ha de ser un sujeto responsable que tendrá como estandarte la elección en cada momento sobre la forma en que debe de actuar más acorde con la situación a resolver o sobre la que interviene. «*Un Equipo Directivo profesional ejerce un liderazgo responsable; no se conforma con cumplir la ley, sino que respeta la dignidad de las personas con todo que eso significa; se da cuenta que la legalidad se puede imponer por la fuerza, pero la moralidad no; logra trabajo en equipo y supera el individualismo ya que no existen personalismos ni protagonismos corruptos; ha creado una comunidad de personas, que se dice pronto*»: Cardona, J.M. (2006): *Liderazgo y gestión por 8 hábitos. Del miedo a la confianza*, Madrid, Díaz de Santos, p. 6.

más allá, puesto que es una persona que *tiene una visión mucho más objetiva*.

V.- DESAFÍOS DE FUTURO SOBRE LA RSC

5.1.- Lugares de actuación

5.1.1.- Espacios de visión

- Buscar que el Equipo se beneficie –en términos económicos- de las partes de los objetivos que se realizan a largo plazo.
- Seguir avanzando en la idea del Proyecto empresarial para la búsqueda de nuevos lugares de actuación.
- Seguir trabajando en la visión y mejora interna de la empresa para consolidar prácticas basadas en la RSC con el objeto de:
 - establecer una empresa mucho más viable y sostenible,
 - y desarrollar una cultura empresarial más sujeta a la dimensión de convivencia, comunicación y diálogo.
- Abrir nuevas perspectivas en el ámbito de la REAS con mayor presencia y actividad.
- Seguir trabajando en la sensibilización del desarrollo económico del comercio pequeño y local.
- Buscar el equilibrio y optimización de la empresa en términos económicos para la tranquilidad de los involucrados.

5.1.2.- Determinaciones a tener en cuenta

- Buscar proveedores que compartan la misma forma de entender la ética empresarial a partir de pequeños compromisos como:
 - Uso del papel ecológico.
 - Posesión de criterios éticos, sociales, medioambientales y económicos.
 - Mensajería ecológica.
 - Compañía de suministro energético ecológico.
- Buscar la contratación de empresas de seguros con criterios éticos.

- Contratar nuevos puestos de trabajo en la dinámica de una Pyme responsable y que los empleados estén convencidos de la filosofía de la empresa.
- Buscar nuevas relaciones de colaboración y de trabajo con grandes empresas con mayor volumen en una interacción a largo plazo.
- Prestar espacios, locales, tiempos, recursos materiales y humanos, así como financiación y participación en iniciativas que proceden del ámbito de REAS.
- Participar activamente en proyectos locales cercanos al Proyecto empresarial y compartir los conocimientos para los más necesitados de la sociedad.
- Seguir estimulando una militancia de concienciación y sensibilización para la participación de proyectos, campañas, mercadillos, conciertos, grupos de consumo... así como promover nuevas iniciativas sociales y medioambientales.
- Crear nuevas alianzas de convergencia con otras empresas del mismo sector, estén o no vinculadas a la Economía Social para generar producción de trabajo y expansión.
- Rebajar los precios de manera justa sin caer en la especulación.
- Generar espacios de formación y participación a través de talleres y cursos sobre los valores de un producto sostenible con implicaciones en todos los ámbitos.
- Participar en los concursos de las Administraciones Públicas y Privadas con la filosofía propia.

5.2.- Perspectivas de futuro de la RSC en la Pyme

Todos los entrevistados coinciden con mucho optimismo en que no sólo hay buenas expectativas y que pueden ser posibles, sino que esas expectativas ya existen y están en proceso de consolidación. Esta afirmación está basada en una multitud de procesos y propuestas de muchas empresas españolas que se han puesto en marcha como consecuencia de la crisis.

Las razones dadas por los entrevistados es que la Pyme:

- Es un espacio ideal para dar rienda suelta al talento de las personas, a la corresponsabilidad, a la creatividad y a la generación de autoempleo.
- Es un espacio de negocio que busca una visión y misión desde la RSC donde al cliente se le ofrece un producto con un sello de garantía, calidad y confianza.
- Es un espacio que, a pesar de estar castigado por las dificultades del mercado y la competitividad desleal, está impregnado por la transversalidad de la RSC tanto en el trato con el cliente, como en la relación con sus proveedores y la implicación de los empleados y socios.
- Es un espacio abierto llamado a trabajar en cooperación y sinergia con otras entidades para hacer otra forma de competencia responsable.

Por tanto, la RSC en la Pyme se puede implantar de manera positiva y coherente siempre que cubra las realidades de su contexto espacial (sujetos 9 y 16). No vale una responsabilidad única que sirva como axioma o decálogo sobre lo que se tiene que hacer para que la Pyme saque adelante su proyecto. Se necesita implantar la RSC desde un análisis particular que descubra de qué manera puede contribuir desde el punto de vista social, medioambiental y económico. Partiendo de esa premisa, la Pyme socialmente responsable responde a ciertos criterios basados en términos de democracia. En otras palabras, difícilmente podríamos pensar en una empresa basada en RSC si no posee en su funcionamiento interior criterios democráticos. Si no hay visión democrática no hay RSC. El sujeto 16 afirma: *«Si no hay democracia no hay responsabilidad, porque en realidad para mí la democracia es algo más profundo que votar cada cuatro años»*.

Las buenas expectativas de los entrevistados no se basan únicamente en suposiciones utópicas, sino en los resultados que se han realizado a lo largo de estos años. La crisis financiera, económica, política y moral está propiciando una población con una lectura crítica sobre el proceso. La ciudadanía se está dando cuenta de que no es tanto un problema de generación de riqueza, sino un problema de distribución y reparto. Esta clase de consumidor crítico está siendo cada vez más universal y extensible. Es tal su desesperación, que demanda una nueva forma de hacer economía que hasta ahora no había sido planteada de manera clara. El sujeto 17 afirma: *«De ahí, que esta realidad de la Economía Social sea muy consciente y tenga claro en su propio ADN la búsqueda de respuestas respecto a esta realidad»*.

Por esta razón se han desarrollado a lo largo de estos años unas sensibilidades que nacen de lo que el sujeto 17 ha llamado “*el Factor C*” (Colaboración, Cooperación,

Corresponsabilidad, Compromiso,...). Este proceso de cambio y de transformación ha generado en muchos ciudadanos un consumo crítico que se manifiesta en el compartir, el intercambio, la búsqueda de una Economía Social, la creación de espacios de consumo responsable, la búsqueda de herramientas alternativas de financiación y seguros,... Todos estos elementos son formas alternativas de hacer economía que están consolidando la Economía Social y la buena posición de la RSC en el universo de las Pymes. Es evidente que estas buenas expectativas se basan en las cifras y datos actuales sobre los proyectos consolidados en la geografía española.

Por tanto, los entrevistados consideran que estamos en un momento de máxima expectación respecto a la construcción de los pilares de una nueva forma de entender la economía con un potencial providencial y con buenas posibilidades para el futuro. Sin embargo, a pesar del optimismo y las buenas expectativas respecto al futuro de la RSC se reconoce que queda mucho por hacer. El sujeto 3 afirma: *«[...] tenemos que reconocer que nos queda mucho por trabajar y avanzar porque toda esa construcción no se va a hacer desde las grandes construcciones [...]»* y la sujeto 1 afirma: *«Nos queda mucho por lo que seguir avanzando y se deben de realizar muchos cambios desde diferentes espacios [...]»*. Su consolidación dependerá del trabajo diario y cotidiano de cada empresa y no de las grandes inversiones de acciones a corto plazo ni tampoco de la iniciativa política. El logro de la Economía Social actual tiene que ver con un esfuerzo humano colectivo muy potente. De ahí que la apuesta de los entrevistados por la convergencia de la Economía Social sea prometedora.

A pesar del optimismo se advierte un riesgo al que no sería bueno llegar. La lucha diaria en el universo del mercado conlleva en muchas ocasiones el uso de las mismas armas empleadas en el sistema económico convencional: especulación, abaratamiento de precios, competencia desleal,... (Sujeto 16, 17, 2, 3 y 9). Para no cometer esos errores, la lucha diaria ha de realizarse bajo los parámetros de la Economía Social, evitando caer en una forma de economía burbuja. El riesgo y el miedo se encuentran en la totalitarización de la *«[...] venta de un valor sin valor»* (sujeto 19).

El reto para el futuro de las Pymes socialmente responsables es que *«[...] sean lo suficientemente inteligentes»* (sujeto 16, 12 y 3) como para recoger estas realidades y llevarlas desde la indignación a la construcción de respuestas claves. Además de asumir este reto, las Pymes demandan a la Administración Pública y Privada que estén a la altura. Desean por su parte una respuesta a estas expectativas, a las grandes ideas y a los

proyectos que están surgiendo de mano de muchos emprendedores que quieren hacer las cosas desde una filosofía honesta y práctica.

5.3.- Perspectivas de posibilidad de la RSC en la Pyme

Todos los entrevistados aceptan de manera unánime que se podría implantar, aunque dependerá en ese caso de las actitudes y convicciones del directivo de la empresa y del Equipo. En ese sentido se observa a la Pyme como un espacio empresarial con menos dificultades que otras empresas a la hora de poder integrar la RSC. Se justifica desde varias razones:

- Su tamaño y musculatura específica en su entorno local facilitarían el control y aplicación de buenas prácticas basadas en la RSC.
- Su volumen de facturación hace que su mercado competitivo no pueda ser desleal. Busca constantemente una competencia sana y sinérgica basada en valores sostenibles.
- Su capacidad de cercanía y de contacto directo con los *stakeholders* genera dinámicas de calidad.
- Sus valores de marca a través de acciones de RSC generan oportunidades de posicionamiento en el ecosistema mercantil.
- Su producto forma parte de un proyecto sostenible destinado no solo a ser vendido sino también a contribuir en dinámicas de transformación social y medioambiental.

VI.- EXHORTACIONES SOBRE LA RSC

6.1.- Exhortaciones para la materialización de una empresa responsable

La rotundidad de su recomendación se basa en todo lo expuesto anteriormente. En ninguno de los entrevistados ha habido duda alguna sobre su recomendación. Justifican aplicar la RSC a partir de los siguientes razonamientos:

- La RSC aporta grandes beneficios en la gestión de empresa a pesar de que requiera un esfuerzo mayor. Sin embargo, «[...] *vale la pena haberla introducido*» (sujeto 8 y 20) puesto que da sentido a todo aquello en lo que se cree y genera ventajas mucho más satisfactorias que la simple cuenta de resultados.

- La RSC «[...] es la carta de presentación en sociedad» (sujeto 13, 6 y 7) de la visión de marca y de los valores integrados en la empresa. Es un discurso que genera relaciones con otras empresas, consumidores, proveedores o con los mismos empleados. Por tanto, si una Pyme se constituye desde el inicio de su organización a partir de criterios de RSC resultará más atractiva para su posicionamiento en el mercado. Dependerá exclusivamente de las actitudes y motivaciones personales y vitales de cada empresario o directivo.
- Un Proyecto empresarial basado en RSC «[...] tiene que ver con la vida buena» (sujeto 12), con un «[...] trabajo honesto de calidad» (sujeto 2 y 3), con la generación de mejores condiciones laborales y con una satisfacción personal de compromiso por la Comunidad.
- La RSC es tan variada que permite «[...] desarrollar iniciativas creativas constantemente» (sujeto 6). La preocupación por lo social genera innumerables propuestas de compromiso de buenas prácticas, por muy pequeñas o poco notables que sean.

Para la aplicación de criterios de RSC a una empresa los entrevistados insistían en algunas recomendaciones mínimas que proceden de su propia experiencia y que se despliegan del siguiente modo:

1.- Recomendación vocacional.

Para buscar y organizar un propio modelo basado en la RSC no es necesario asumir incrédulamente cualquier esquema teórico con medidas concretas o cualquier decálogo de aplicación. Se recomienda que se busque una conexión entre lo que cada uno sienta vocacionalmente y lo que le llama la atención. El sujeto 17 afirma: «[...] en el sistema actual en el que vivimos hay mucha gente que el tema de la vocación prácticamente por el mercado laboral y la forma de ser planteada está obviando. “Me parece una barbaridad”».

A partir de esa recomendación vocacional la primera máxima sería no sobrepasar un punto de esfuerzo excesivo o abusivo ni ostentar un sobrecoste intelectual o material difícil de asumir. Se exhorta ir poco a poco para ir asumiendo pequeños esfuerzos. Los sujetos 10, 2, 15, 12, 17 afirman: «[...] “ir poco a poco”».

Levantar una empresa socialmente responsable es un camino paulatino que cada uno va realizando en el devenir diario. A lo largo de ese itinerario, se irá creando un

modelo empresarial con personalidad e identidad propia a partir de las experiencias, aprendizajes y equivocaciones de cada uno.

2.- Recomendación «estudio del producto» (sujeto 2, 16, 15 y 3).

Planteada la perspectiva vocacional habría que descubrir –realizando un estudio de mercado- si el producto que se va a colocar tiene algún tipo de demanda o salida.

Habría que realizar un análisis previo para reflexionar sobre la estructura interna de la empresa: ¿es un emprendimiento individual?, ¿existe un Equipo?, ¿es un proyecto con empleados?, ¿qué relación se quiere establecer entre el empleado y el trabajador?, ¿se busca una situación de igualdad, horizontalidad, transversalidad y ensamblarismo?, ¿cuáles van a ser las condiciones de los trabajadores en cuestiones de horarios, contratos, sueldos, obligaciones y tareas? Es decir, habría que reflexionar sobre una serie de cuestiones estructurales antes de afirmar o aplicar un planteamiento de RSC en la empresa.

3.- Recomendación «de compañeros de viaje (Equipo)» (sujeto 17, 8 9 y 10).

En ese proceso de construcción y personificación empresarial se recomienda la presencia de personas que compartan la misma filosofía. Se trata de crear un espacio de trabajo que sea contagioso, en mutualidad, participación, corresponsabilidad y transparencia. Esa selección de Equipo normalmente es por elección natural y no impuesta.

La creación de un Equipo es una muy buena manera de no caer en las tentaciones individualistas y esfuerzos aislados, puesto que facilita la vida para todos y para el todo empresarial.

4.- Recomendación de «marco general y de posición» (sujeto 2 y 3).

Comprendido el *statu quo* hay que insistir sobre el producto que se va a posicionar en el mercado para saber si tiene cabida o no. Analizada esta cuestión bajo criterios democráticos sería bueno recibir asesoramiento por parte de las herramientas que ofrece la Economía Social. En ellas encontrará una serie de cuestionarios que:

- Servirán de soporte e iluminación para aquellas acciones que se quieren realizar,
- Y generarán sinergias colaborativas con otras empresas, posicionamientos en términos mediáticos e ideas claves a desarrollar.

Todo ello, ayudará a crear unas *claves identitarias* que estarán visibles desde el inicio del proyecto y que serán el patrón de la dinámica empresarial.

5.- Recomendaciones de los inicios de la empresa.

Para el inicio de la empresa se recomienda mucha paciencia. El esfuerzo y el trabajo del inicio es duro, pero la estructura de REAS es un ecosistema que posibilita nuevas alternativas y fuerzas productivas.

La recomendación que más insistencia se hace es hacer bien las cosas desde el principio, puesto que el beneficio vendrá a posteriori y tiene que ver mucho más con la satisfacción personal y profesional. El trabajo diario se debe focalizar en posicionar el producto sin perder de vista los criterios éticos. En otras palabras, *«lo importante será introducir el concepto del compromiso»* (sujeto 16). Será difícil el inicio si tenemos en cuenta que en un margen de tiempo aproximado de dos años no se van a tener resultados económicos positivos.

VII.- CONCLUSIÓN

Llegados al final de esta investigación ya solo nos queda recoger todo lo desenmascarado en el camino que hemos realizado hasta el momento. A lo largo del estudio de entrevista cualitativa hemos descubierto algunas claves interesantes sobre la RSC que al inicio ni siquiera habíamos advertido.

En *primer lugar*, hemos notado que priori casi toda la información expuesta en el marco teórico sobre las claves ético-filosóficas respecto a la ética empresarial coinciden en gran medida. Sin embargo, a pesar del generalizado y aparente rechazo por la ética empresarial y su aplicación en el sistema actual la opinión pública ha terminado por vociferar una actitud violenta, crítica y desconfiable por todo lo que proceda de la institución.

En *segundo lugar*, respecto a la cuestión sobre la naturaleza y conceptualización de la RSC hemos vuelto a comprobar que es un término más complejo de lo que parece. Sigue siendo compleja la idea de su definición y enmarque conceptual. A pesar de su notable actualidad nos llevan a una gran cantidad de definiciones que han terminado por desvirtuarla. Profundizar gnoseológicamente sobre la RSC nos ha llevado irremediamente a planteamientos que proceden más de la ética empresarial, que a cuestiones de gerencia o modelos empresariales. Por desgracia, la RSC ha acabado siendo un complemento instrumentalizado y legalizado como estrategia de marketing.

Esta dificultad nos lleva a la conclusión de que lo más sensato sería no aspirar a una definición cerrada. En efecto, el esfuerzo por sistematizarla es una labor

pontificadora que convertiría en norma algo que nace como aspiración ética. En cierto modo, justificar su definición es una tentativa intencionada de exigir un modelo único de empresa. Recordemos que su peligro radica en caer en los estructuralismos históricos que han sido planteados a lo largo de la historia.

Por nuestra parte, lo coherente sería entender que la RSC es un término que está en construcción continua. Los entrevistados nos han ayudado a confirmar esta tesis puesto que ninguno ha facilitado una definición a la que se podríamos aspirar de manera definitiva, a pesar de sus esfuerzos. Puede que lo más honesto sea conceptualizarla desde su estructura material como un *punto de encuentro*. Es decir, como integración voluntaria por las preocupaciones sociales y medioambientales tanto en sus operaciones comerciales como en su relación con sus *stakeholders*. Los entrevistados nos han ayudado a que se contemple la RSC como *un punto de encuentro* en las acciones comerciales que parte de criterios democráticos como forma de empresa. Esta forma de prolongar criterios democráticos en un espacio empresarial se basa en una “filosofía dialógica” que entiende a la persona como centro neurálgico de su discurso. De esa premisa nace un compromiso claro por la realidad social, medioambiental y económica con el fin de mejorar y transformar la realidad a partir de actitudes y valores éticos. Su máxima estaría ideada en “*la estima de sí, con y para los otros, en instituciones justas que nos impulsa hacia un mundo mejor*”.

Por tanto, la cuestión de la definición de la RSC es un proceso que sigue en construcción y que en España nos queda mucho por avanzar. En cierto modo, proponer una definición material de la RSC es posponer los continuos debates de las éticas aplicadas.

En *tercer lugar*, a pesar de la dificultad de supervivencia por parte de las Pymes entrevistadas, la crisis generalmente no se ha entendido como una amenaza. No obstante, no todas piensan lo mismo, puesto que algunos han visto verdaderas dificultades de supervivencia y desesperación. Otras entienden que la crisis ha sido una oportunidad. Muy al contrario de lo que otras empresas puedan afirmar, hemos detectado que la RSC se ha convertido en una oportunidad en nuestros entrevistados. Su personalidad e identidad socialmente responsable les ha abierto nuevas posibilidades de crecimiento y de posicionamiento en el mercado a pesar de que se tenga que realizar mayor inversión de tiempo y esfuerzo.

En *cuarto lugar* y respecto a la decisión por establecer criterios basados en RSC hemos descubierto dos claros fundamentos para aspirar hacia ella. Por un lado, nace desde la necesidad por querer hacer otra línea de negocio respecto a las formas habituales. Es decir, crear un proyecto empresarial que se desmarque de lo establecido en el sistema capitalista a partir de un proceso de maduración personal. Quienes así viven la ética empresarial entienden a su empresa como un espacio que pone el acento en la persona. De este modo, se destacan en acciones que tienen que ver más con la igualdad, la justicia, la cercanía, la transparencia, la participación y la calidad del trabajo.

Y por otro lado, su responsabilidad nace de las convicciones personales y vitales que proceden de sus contextos familiares, sociales y académicos. Su intención es que el Proyecto sea un lugar que pueda dar sentido. Es decir, que se puedan garantizar unas formas más flexibles de organizar el trabajo con personas que comparten los mismos objetivos, en un ambiente distendido, familiar y divertido.

Por tanto, la opción de una empresa socialmente responsable nace de dos motivaciones claras: (1) necesidad de transformar la realidad y (2) convicción de crear el espacio empresarial como proyecto de vida.

En *quinto lugar*, estas motivaciones han generado una serie de interesantes iniciativas empresariales que definen una línea comercial con personalidad propia. Aquellas Pymes que han introducido una reflexión de economía sostenible y responsable se definen desde:

- *La transversalidad.* Su estructura basada en RSC invade todas las facetas de la organización empresarial como un algo *identitario*. Tiene que ver con mecanismos relacionados con la transparencia, la participación, la escucha, la observación y la implicación.
- *La horizontalidad.* Se funda en criterios democráticos que construye una nueva forma de entender las relaciones laborales respecto a la igualdad de derechos, deberes, obligaciones, tareas y beneficios. Todo ello se compagina en un marco dialógico de acompañamiento y de comunicación.
- *En un largo plazo.* La RSC es un complemento a largo plazo que establece relaciones honestas, abiertas, cercanas y transparentes con sus *stakeholders*.

- *La cultura empresarial* basada en la RSC está profundamente integrada, tanto en el equipo de trabajo, como en los empleados de nueva incorporación.
- *El marco de la Economía Social.* Se identifican con los seis principios de la Carta Solidaria de la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS):
 1. Igualdad,
 2. Empleo,
 3. Medio Ambiente,
 4. Cooperación,
 5. Sin carácter lucrativo y
 6. Compromiso con el entorno.

Y en *sexto lugar*, las dificultades que hemos identificado de los entrevistados no surgen de planteamientos decisionales o actitudinales, sino de factores externos que afectan al funcionamiento de la empresa. Dichas barreras tienen que ver con las dificultades de estar insertas en el ecosistema económico actual. Es decir, complicaciones en referencia a la elaboración del producto sostenible; problemas internos respecto a la disposición y gestión del tiempo de los involucrados; trabas burocráticas y fiscales por parte de la Administración, así como su falta de acompañamiento; condiciones leoninas de la Banca tradicional respecto a la demanda de créditos; falta de información y alargados procesos en los requerimientos y facturaciones de la luz para el cuidado y mantenimiento de las instalaciones; competencia desleal; desconocimiento por parte del Público en general del producto sostenible a vender y dificultades que tienen que ver con su propio tamaño.

Estos frenos afectan notablemente a la Pyme en: el posicionamiento del producto en el mercado; la tentación de devaluar los propios principios y criterios basados en la RSC por la simple supervivencia; cierto complejo a la hora de comercializar el producto y darse a conocer como Pymes comprometidas; renuncias a las economías de escalas; riesgo de caer en una economía burbuja con aquellas empresas afines a criterios de Economía Social y mayores esfuerzos que afectan a la vida profesional y personal.

CONCLUSIÓN FINAL

Recapitulando toda la investigación ya solo nos queda recoger toda la propuesta en una esperanzadora intención de dar sentido a la realidad sobre la ética y su papel relevante en el contexto de una sociedad democrática.

En *primer lugar*, hemos trazado algunas líneas sobre la pregunta por la ética empresarial en las malas prácticas y sobre su papel subordinado. Este movimiento se vertebra a partir de la ausencia de estatuto epistemológico necesario. Siendo éste el gran abandono a que nos hemos remitido, ya que la primera confusión que encontramos fue la incompleta definición de la ética. Su notable desarreglo gnoseológico nos remitió hacia una forma de moralidad de mínimos exigibles que han sido impuestos por una exagerada *hiperjudificación* y en una *moralina* de mínimos.

Este retorno por la pregunta por la ética es la situación en la que nos encontramos actualmente por parte del mundo filosófico-ético y la opinión pública por encontrar un lugar que dé sentido a una sociedad desfragmentada que remita a una responsabilidad en términos de “carga”. Esta reductible lectura por la pregunta por el *ser* fue gran parte de nuestra navegación intelectual. De ahí, que nuestra propuesta buscara esa “percha” para mostrar algunas razones que nos ayudaran a despejar todo este entramado en el que se encuentra la ética empresarial para descubrirla como un espacio adecuado para la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Probablemente, tales razones posean alguna ausencia. Sin embargo, hemos visto oportuno poderlas presentar para descubrir *qué* clase de escenario ético para *qué* clase de ética empresarial. Por esta razón nuestra propuesta se ha encaminado hacia la presentación de un esquema ético recomendable.

En *segundo lugar*, nuestro camino encontró comodidad en la línea que ha propuesto Paul Ricoeur: “*la pequeña ética*” (*petite éthique*). Recordemos que la clave de esta propuesta se fundamenta en la aptitud de reconocernos capaces de “*dar cuenta*”, puesto que es la idea de la responsabilidad la que habita en toda nuestra investigación. Esta premisa nos ayudó muy y mucho a la consideración de una forma de entender la responsabilidad como base teórica para exponer la RSC como punto de encuentro dentro del universo de la ética empresarial que vimos en el capítulo cuarto.

En *tercer lugar*, la idea de la pequeña ética la hemos querido escenificar en la propuesta de una ética dialógica, o ética del diálogo. Recordemos que su punto de

partida es la constatación fenomenológica del hecho moral. Es decir, la experiencia de la fragilidad, de la existencia humana, la violencia interior que genera toda injusticia y la “indignación” ante la barbarie que nos rodea. Todas estas atrocidades han escenificado la presencia de una pretensión completamente humana de normatividad en el actuar intersubjetivo. De este modo, el lugar de apoyo para iniciar el punto de partida nace desde el plano fenomenológico.

Este escenario ético-filosófico se apoya en una teoría establecida a partir de la acción comunicativa, de la acción lógico-evolutiva de los juicios morales, en los postulados básicos sobre el sujeto como agente comunicativo (interlocutor válido), la continuidad ilimitada de comunicación y las reglas de la argumentación. En definitiva, en la idea de “diálogo”. Sin embargo, debemos de reconocer que ante estas conclusiones, la primera advertencia que nos viene es la falta de una argumentación sólida.

En efecto, su legitimidad y vigencia es de profunda relevancia para dar sentido y respuesta a esta cierta dictadura del sistema de complementariedad, ya que reivindica y dignifica el espacio público como lugar propio de la argumentación ética y política. Sin embargo, a pesar de su noble aplicación en las sociedades democráticas contemporáneas, su vacío y limitación queda al descubierto en lo que respecta a la fundamentación del *quehacer ético*. Recordemos que aunque aporta un procedimiento de elección de normas intersubjetivas en última instancia poco nos puede decir conforme a la cuestión clave de *por qué* actuar éticamente. Dadas las potencialidades de su aportación en una época claramente marcada por el encuentro intercultural, esta teoría ética necesita de una hermenéutica axiológica que sea capaz de entrar en la gestación de los intereses vitales de los sujetos y del contenido material de los plurales discursos.

Sin embargo, y a pesar de las limitaciones que nos ofrece, tenemos que reconocer que esta propuesta filosófica al obviar la dimensión de la ética no ofrece ninguna respuesta a la pregunta sobre el *por qué* actuar éticamente. Puede que lo más sensato sea reconocer que su aspiración sea hacia el *cómo* actuar éticamente. De ahí que únicamente asuma que comportarse éticamente significa, por tanto, “*comportarse racionalmente*”. En efecto, nuestro intento fue noble hasta encontrarnos con esta dificultad. Sin embargo, ¿existe algún planteamiento ético que dé por sentada esa idea sobre la ética? La ética dialógica presume que todos los interlocutores válidos están

dispuestos a comportarse racionalmente por varias razones. Pero, ¿y si no estuvieran dispuestos a todo ello?, ¿qué es lo que provoca esa disposición a “comportarse éticamente”?

No obstante, nuestra esperanza no desfalleció, puesto que a sabiendas de estas limitaciones, la propuesta de “*la ética comunicativa de la identidad*” de Paul Ricoeur podría ser el itinerario más loable para nuestro fin. Es decir, la narración, como aquella que es requerida para dar una solución práctica a las aporías del tiempo, y que integra al mismo tiempo el concepto de la acción al nivel de la *praxis* aristotélica que ésta construye al sujeto de la acción. Es decir, lo convierte en agente. Es a través de la narración cómo se salva ese “*hacerse a sí mismo*” propio del actuar humano, siendo así la afirmación indispensable para que las virtudes, actitudes, o valores tomen operatividad.

Esta idea vendrá en nuestra ayuda puesto que la salida hacia la subjetividad tendrá sentido el todo del argumentario de nuestra investigación. Si nuestra idea camina hacia la idea de que el fundamento último de la ética reside en el deseo de *ser* y el esfuerzo por *existir* como bases constitutivas del ser humano, entonces el “yo” del sujeto, no se entiende a sí mismo como una realidad que se recibe como hecho, sino que representa para *sí mismo* una tarea por realizar. Ello supone la presencia de otros interlocutores: antepasados, contemporáneos y descendientes. Por consiguiente, esa tarea, que surge del deseo de ser de cada cual se realiza necesariamente con los “otros”. ¿Por qué los “otros”? Porque está determinada por la herencia recibida de quienes nos precedieron, lo cual condicionará, a su vez, a la tarea de los que nos sucederán.

Por esta razón, entendemos la responsabilidad del sujeto con su proyecto “de vida buena” resaltado en la “*petite éthique*” y que se manifiesta en tres dimensiones no solamente complementarias, sino dialógicas de nuestra propuesta: “(1) la estima de sí mismo, (2) la solicitud del otro y (3) la justicia social e institucional”. Es el famoso adagio riquieriano: «*el deseo de una vida realizada –con y para los otros- en instituciones justas*»⁴⁹³.

Por tanto, de este escenario filosófico que hemos expuesto, ¿qué clases de valores fundamentales tendrían se respirarse en el espacio empresarial?

- (1) Enfatizar la iniciativa de cada uno de los interlocutores válidos de la empresa;

⁴⁹³ Ricoeur: *Amor y justicia*, p. 107.

- (2) Movilizar y gestionar la inteligencia y capacidad de cada uno para el bien general;
- (3) Introducir y desarrollar las potencialidades de propuesta de los empleados en los grupos de interés, equipos de autónomos y círculos de calidad;
- (4) Colocar en el epicentro de la actividad ética el *principio de responsabilidad* y lo sustituye por el *principio de obediencia*;
- (5) Dinamizar todos los recursos de calidad creativa en todos los colaboradores; y
- (6) Desarrollar la calidad de vida en el trabajo y en los trabajadores.

En cuarto lugar, ¿y sobre la responsabilidad? Desde la perspectiva de la ética aplicada, hemos visto que la responsabilidad se ha convertido en un concepto clave en los ámbitos de las deontologías profesionales, tanto por cuestiones filosóficas, como por cuestiones psicológicas, semánticas o jurídicas. En cierto modo, el término ha cobrado cierto protagonismo en los análisis actuales respecto al “*cómo debería*” actuar y “*cómo debería ser*” un profesional para comprender que su acción sea responsable. Esta pregunta en la línea del “*deber ser*” tiene consecuencias importantes, puesto que sobrepasan los ámbitos netamente disciplinares para ser válidas desde ópticas jurídico-legales. La aproximación al resultado de las consecuencias de un acto profesional por medio de la responsabilidad determina en muchas de las veces la imputación al profesional por mala praxis. El abordaje que realiza Paul Ricoeur desde su lectura de antropología filosófica y hermenéutica nos ha permitido ver la responsabilidad como *prhrónesis* en sentido aristotélico.

En quinto lugar, la consolidación todas estas conclusiones nos han llevado a entender que la RSC actualmente en España es un concepto que nos abre un apasionante camino hacia un inusitado optimismo esperanzador. Sus innumerables procesos y propuestas hacia el universo de la empresa se han puesto en marcha como consecuencia de la crisis y que no sólo se ven con esperanza, sino con posibilidad manifiesta. Recordemos que la crisis financiera, económica, política y moral está propiciando la creación de un ciudadano con una lectura crítica sobre el proceso. En efecto, el ciudadano español se está dando cuenta de que el problema de la economía no es tanto un problema de generación de riqueza, sino un problema de distribución y de reparto. De ahí que esté naciendo una nueva clase de consumidor crítico que está siendo cada vez más extensible ante la demanda de una nueva forma de hacer economía. Y al mismo

tiempo, ante la demanda una nueva forma de construir una sociedad democrática. Y por qué no, una nueva forma de entender la responsabilidad.

Estamos viviendo un proceso de cambio y de transformación que está construyendo un nuevo paradigma respecto a las manifestaciones de un consumo crítico que está siendo tendente en el compartir, en el intercambio, en la búsqueda de una Economía Social, en la creación de espacios de consumo responsable, en la salida al mercado dentro de entidades alternativas de financiación y seguros, así como de novedosas herramientas como la “moneda social” y los “sistemas de trueque”,... En resumen, más cercano a la idea de reciprocidad y la solidaridad, que en la individualidad. Todas estas iniciativas están consolidando una interesante Economía Social en España y, como consecuencia, proponiendo una buena posición de la RSC en el universo de las Pymes.

Por tanto, consideramos que estamos en un momento de máxima expectación respecto a la construcción de los pilares de una nueva forma de entender la economía con un potencial providencial y con buenas posibilidades para el futuro. Sin embargo, a pesar del optimismo nos queda mucho camino por recorrer. El logro dependerá, por un lado, del esfuerzo humano y colectivo de los colectivos españoles como la comunidad educativa, política, asociativa, Pymes,... El mayor reto al que estamos llamados está en que seamos lo suficientemente inteligentes, constantes y audaces para recoger todo el caldo de cultivo que está produciendo este momento de transformación social para llevarlas desde la indignación a la construcción de respuestas responsables. Y por otro lado, de las Administraciones Públicas y Privadas. En efecto, demandamos a todos ellos, todos nosotros, a que estén (estemos) a la altura respecto a las grandes expectativas, ideas y proyectos que están surgiendo silenciosamente de mano de muchas personas que quieren hacer las cosas otra manera.

Para finalizar, quisiéramos suscribir las honestas palabras del antropólogo francés Marcel Mauss a principios del siglo XX cuando afirmaba que:

«Lo que proponemos son sólo algunas indicaciones, ya que no es lo bastante completo y el análisis podría llevarse aún más lejos. En el fondo, se trata más bien de cuestiones planteadas a los historiadores, [...]: son propuestas de objetos de investigación más que la resolución de un problema y una respuesta definitiva. Por el momento, nos basta


con tener la convicción de que, siguiendo esta dirección, se encontrarán numerosos hechos»⁴⁹⁴.

En efecto, en ese sentido quisiera que se encarnara esta investigación: en abrir procedimientos de investigación, debate, apertura hacia soluciones en todos los ámbitos del espacio público,... Luego, ¿es posible proponer una lógica económica que convoque hacia una bienaventurada forma de hacer las cosas?, ¿se puede desplegar en una dinámica activa donde la persona sea contemplada en un movimiento gratuito y desinteresado hacia el otro sin necesidad de ser coaccionado?, ¿es posible ser responsable, o prudente, en un momento de máxima expectación?, ¿podemos tomar la autoridad moral, sin necesidad de buscar a una autoridad moral que nos tenga que decir lo que tenemos que hacer?, ¿podríamos ver en estas buenas prácticas de RSC manifestaciones de un reconocimiento de comunicación de bienes donados en medio de una sociedad donde prima el valor del mercado y el intercambio económico de tinte neoliberalista? Creemos que es posible y tenemos esperanza. Sin embargo, en ese camino nos queda mucho por hacer, debatir y reflexionar. Consideramos que mucho tendrá que decir a este respecto los distintos sectores de nuestra sociedad (la educación, la familia, la política, la psicología, la filosofía, la sociología,...) para que esta propuesta se pueda consolidar.


⁴⁹⁴ Mauss: *Ensayo sobre el don*, p. 250-251.

ANEXO 1: FICHA TÉCNICA DE LAS EMPRESAS ENTREVISTADAS


1º PERFIL	
Nombre de la empresa	Frutería Ecológica Amores Berros.
Sector empresarial	Venta directa productos ecológicos.
Domicilio	Embajadores 41, puesto 78. 28012, Madrid.
Fecha de constitución	01 de marzo de 2012.
Forma jurídica de la empresa	Asociación Agroecológica.
Fecha de la entrevista	19 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	4 trabajadores.
Teléfono	696 69 53 19/ 675 02 57 00
É-mail	info@amoresberros.org
RRSS/web	www.amoresberros.org
Stakeholders más importantes	Cooperativas proveedoras, pequeños agricultores locales con quien trabajamos, consumidores directos.
Compromiso socialmente responsable	Consumo eco-agrícola. Proyectos sociales.
Facturación 2014	80.000 € aprox.
Sujeto entrevistado	Esther Alonso Marín
LOGOS DE LA EMPRESA	
	


2º PERFIL	
Nombre de la empresa	Andaira S. Coop. Mad.
Sector empresarial	Consultoría Social.
Domicilio	C/ Montera, 9, 3º-4 Madrid 28013.
Fecha de constitución	2005.
Forma jurídica de la empresa	Cooperativa.
Fecha de la entrevista	28 de enero de 2015.
Número de trabajadores	7 trabajadores.
Teléfono	915 428 343
É-mail	fsabin@andaira.net
RRSS/web	www.andaira.net @andaira_coop
Stakeholders más importantes	Comunidades y ciudadanía residente en los municipios en los que trabajamos. Tejido empresarial cooperativo. Personas que desarrollan iniciativas en el marco de la economía social.
Compromiso socialmente responsable	<p>Somos una cooperativa sin ánimo de lucro comprometida con su entorno: apostamos por un modelo empresarial que prioriza los beneficios sociales y ecológicos frente a los económicos. En coherencia con este enfoque, nuestros beneficios empresariales se destinan a apoyar iniciativas solidarias.</p> <p>Identificación con los 6 principios de la Carta Solidaria de la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS): Igualdad, Empleo, Medio Ambiente, Cooperación, Sin carácter lucrativo y Compromiso con el entorno.</p>
Facturación 2014	180.000 €
Sujeto entrevistado	Fernando Sabín Galán.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

3º PERFIL	
Nombre de la empresa	Arç Corredoria d'Assegurances, SCCL.
Sector empresarial	Finanzas – Seguros.
Domicilio	Casp 43, Barcelona.
Fecha de constitución	1981.
Forma jurídica de la empresa	Sociedad cooperativa catalana limitada.
Fecha de la entrevista	16 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	15 trabajadores.
Teléfono	934 234 602.
É-mail	abolado@arccoop.coop
RRSS/web	www.arccoop.coop
Stakeholders más importantes	1.- Colectivos y redes de la economía social y solidaria (XES, REAS, federaciones, etc) 2.- Sistema de finanzas éticas (Fiare, Coop57, Triodos Bank) 3.- Compañías de seguros EthSI (Atlantis, Lagun Aro, DKV...).
Compromiso socialmente responsable	Auditoría Social XES. www.bsxes.org
Facturación 2014	5.000.000 € de cartera intermediada. 600.000 € de ingresos.
Sujeto entrevistado	Alfonso B. Bolado.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

4º PERFIL	
Nombre de la empresa	ATLANTIC GROUP S. COOP. MAD.
Sector empresarial	Enseñanza
Domicilio	C/ Gonzalo de Córdoba, 2, 1 Planta. 28010, Madrid.
Fecha de constitución	23 de febrero de 1994.
Forma jurídica de la empresa	COOPERATIVA.
Fecha de la entrevista	30 de enero de 2015.
Número de trabajadores	19 trabajadores.
Teléfono	91 594 24 45
É-mail	atlgroup@atlanticg.com
RRSS/web	www.atlanticg.com
Stakeholders más importantes	Socios y alumnos.
Compromiso socialmente responsable	Espacio laboral digno.
Facturación 2014	447.700,00€
Sujeto entrevistado	Joanne Hadden Barnes.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

5º PERFIL	
Nombre de la empresa	BICICLOT scll.
Sector empresarial	Formación e inserción laboral, alquiler y venta de bicicletas.
Domicilio	C/ Berneda, 18 Bajo. Barcelona (Barrio de Clot). 08018.
Fecha de constitución	Julio 1994.
Forma jurídica de la empresa	Cooperativa de trabajo asociado sin ánimo de lucro.
Fecha de la entrevista	16 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	12 trabajadores.
Teléfono	933 077 475
É-mail	biciclot@biciclot.coop
RRSS/web	www.biciclot.coop
Stakeholders más importantes	Administración pública en los ámbitos de la movilidad, educación, medioambiente y servicios sociales. Asociaciones y empresas pro-bici, empresas de la economía social y ciudadanos.
Compromiso socialmente responsable	La bicicleta como herramienta para ayudar a las personas y transformar la sociedad.
Facturación 2014	460,000€
Sujeto entrevistado	Pere Serrasolses i Domènc.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

6º PERFIL	
Nombre de la empresa	BIOTIENDA.ES
Sector empresarial	Alimentación Ecológica.
Domicilio	C/ Eugenio Hermoso, nº 15. 06002. Badajoz.
Fecha de constitución	03 de marzo de 2008.
Forma jurídica de la empresa	Autónomo.
Fecha de la entrevista	10 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	1 trabajador.
Teléfono	692 099 416
É-mail	comercial@biotienda.es
RRSS/web	www.biotienda.es
Stakeholders más importantes	Clientes con problemas de salud.
Compromiso socialmente responsable	1.- Fomenta el consumo de productos cercanos. 2.- Preservar el medio ambiente sano 3.- Trato personal con los clientes.
Facturación 2014	50.000 €
Sujeto entrevistado	Rosa Ascensión Guerrero Monje.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	


7º PERFIL	
Nombre de la empresa	Con-sumo Cuidado S.L.L
Sector empresarial	Agricultura ecológica.
Domicilio	C/ Madre Riquelme, nº 1. 18002, Granada.
Fecha de constitución	
Forma jurídica de la empresa	S.L.L.
Fecha de la entrevista	29 de enero del 2015.
Número de trabajadores	4 trabajadores.
Teléfono	958 271 199
É-mail	info@consumocuidado.org
RRSS/web	www.consumocuidado.org
Stakeholders más importantes	Clientes, Proveedores y Desarrollo Local
Compromiso socialmente responsable	Productos ecológicos y comercio justo
Facturación 2014	257.500.000 €.
Sujeto entrevistado	Inés López Gómez.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	


8º PERFIL	
Nombre de la empresa	ECOGERMEN.
Sector empresarial	Productos Ecológicos.
Domicilio	Plaza Elíptica, 15, 47009 Valladolid.
Fecha de constitución	27 de octubre de 2008.
Forma jurídica de la empresa	Cooperativa.
Fecha de la entrevista	17 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	2 trabajadores.
Teléfono	983 376 396
É-mail	ecogermen@ecogermen.com
RRSS/web	http://www.ecogermen.com/
Stakeholders más importantes	REAS, clientes y trabajadores.
Compromiso socialmente responsable	Cooperativa comprometida con el Medio Ambiente y las personas.
Facturación 2014	323.717 €
Sujeto entrevistado	Miguel Ángel Lagunilla
LOGOS DE LA EMPRESA	
	


9º PERFIL	
Nombre de la empresa	G+F Arquitectos.
Sector empresarial	Arquitectura.
Domicilio	C/ Atlético de Madrid, 21, bajo b. Madrid 28025.
Fecha de constitución	Año 2001.
Forma jurídica de la empresa	Autónomo.
Fecha de la entrevista	21 de enero de 2015.
Número de trabajadores	2 trabajadores.
Teléfono	914 660 825
É-mail	gmasfarquitectos@gmail.com
RRSS/web	https://gmasfarquitectos.wordpress.com
Stakeholders más importantes	Clientes, proveedores y colaboradores.
Compromiso socialmente responsable	Medioambiente, trabajadores y sociedad.
Facturación 2014	50.000 €.
Sujeto entrevistado	Jorge Gallego Sánchez Torija.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

10º PERFIL	
Nombre de la empresa	FractÁgora Idiomas.
Sector empresarial	Educación.
Domicilio	c/ Duque de Fernán Núñez 2, piso 1º, 28014 Madrid.
Fecha de constitución	29 de enero de 2014.
Forma jurídica de la empresa	Asociación sin ánimo de lucro.
Fecha de la entrevista	22 de enero de 2015.
Número de trabajadores	3 trabajadores.
Teléfono	657 522 310
É-mail	fractagora.idiomas@gmail.com
RRSS/web	fractagora.wordpress.com
Stakeholders más importantes	Alumnos, trabajadores y acción social.
Compromiso socialmente responsable	Hacer accesible el aprendizaje de idiomas al mayor número posible de personas a través con el menor precio y la mayor calidad posible.
Facturación 2014	30.000 €.
Sujeto entrevistado	Alberto Pérez Bondía.
LOGOS DE LA EMPRESA	
 <p>FractÁgora Enseñanza Cooperativa de Idiomas Alemán - Árabe - Español</p>	

11º PERFIL	
Nombre de la empresa	INTERQUÉ NETWORKS SL.
Sector empresarial	Nuevas Tecnologías.
Domicilio	C/Augusto Figueroa, 32, 1D. 28004 Madrid.
Fecha de constitución	21 de octubre de 2009
Forma jurídica de la empresa	S. L.
Fecha de la entrevista	16 de enero de 2015
Número de trabajadores	8 trabajadores.
Teléfono	915 329 321
É-mail	info@iqn.es
RRSS/web	www.iqn.es twitter.com/interque Facebook.com/interque
Stakeholders más importantes	Trabajadores y clientes.
Compromiso socialmente responsable	La persona como centro de la economía.
Facturación 2014	350.000€
Sujeto entrevistado	Chiara Cabrera Cejas.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	


12º PERFIL	
Nombre de la empresa	ÍTACA SOFTWARE LIBRE SOCIEDADE COOPERATIVA GALEGA.
Sector empresarial	Actividades de consultoría informática (CNAE 6202).
Domicilio	C/ Rafael Alberti, número 5 – ofic. C 15008 A Coruña.
Fecha de constitución	Septiembre del 2007 se creó Itaca Software Libre S.L. En enero de 2013 se creó Ítaca Software Sociedade Cooperativa Galega y cesó la actividad la S.L.
Forma jurídica de la empresa	Sociedad Cooperativa.
Fecha de la entrevista	5 de febrero de 2014.
Número de trabajadores	3 trabajadores.
Teléfono	881 888 370
É-mail	contacta@itacaswl.com
RRSS/web	www.itacaswl.com
Stakeholders más importantes	Clientes, fundamentalmente otras empresas de todo tipo, pero fundamentalmente cooperativas y sociedades limitadas. Entidades de la Economía Social en Galicia a través de REAS Galicia. En Galicia otras empresas que trabajan con Software Libre. En el resto del Estado grupos y comunidades de desarrollo de aplicaciones con software libre que nosotros manejamos.
Compromiso socialmente responsable	A través de la práctica de los principios de la carta de la economía solidaria de REAS.
Facturación 2014	50.000 €
Sujetos entrevistado	Asier Epelde Piñeiro.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

13º PERFIL	
Nombre de la empresa	LA MANADA.
Sector empresarial	Marketing y comunicación.
Domicilio	C/ Gobernador 26 <i>Madrid</i> 28014 España.
Fecha de constitución	Año 2013.
Forma jurídica de la empresa	S.L.
Fecha de la entrevista	21 de enero de 2015.
Número de trabajadores	3 trabajadores.
Teléfono	627 952 997.
É-mail	hola@lamanada.es
RRSS/web	www.lamanada.es
Stakeholders más importantes	Consumidores, usuarios, empresas.
Compromiso socialmente responsable	Adaptar las acciones de marketing a un modelo de escucha activa de las necesidades reales de los consumidores y usuarios, poner en valor nuevos modelos de negocio que han trabajado su <i>core business</i> en base al bien común.
Facturación 2014	35.000<n<40.000€.
Sujeto entrevistado	Laura Ramos de Blas.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

14º PERFIL	
Nombre de la empresa	Servicios de Viticultura y Enología.
Sector empresarial	Servicios agroecológicos.
Domicilio	C/ Golondrina 11. Arganda del Rey, Madrid.
Fecha de constitución	1 de Enero de 2005.
Forma jurídica de la empresa	Sociedad Limitada.
Fecha de la entrevista	3 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	2 trabajadores.
Teléfono	690 109 667
É-mail	Serviten.sl@orange.es
RRSS/web	
Stakeholders más importantes	Clientes, trabajadores, Medio Ambiente.
Compromiso socialmente responsable	Producción de productos eco-agrícolas.
Facturación 2014	
Sujeto entrevistado	Juan Ignacio Sánchez-Bravo Benito.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	


15º PERFIL	
Nombre de la empresa	MENSOS.
Sector empresarial	Logística y distribución.
Domicilio	C/Jesús y María, 30. Madrid
Fecha de constitución	1 de marzo de 2014.
Forma jurídica de la empresa	Autónomo con empleabilidad.
Fecha de la entrevista	28 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	3 trabajadores.
Teléfono	679628734
É-mail	acorroto@mentos.es
RRSS/web	www.mentos.es
Stakeholders más importantes	Trabajadores, proveedores (taller de bicicletas), distribuidores bicis de carga, aceleradora unlimited Spain y Fundación Edmond de Rothschild. Colaboradores (mensajería plan B). ASM, SEUR.
Compromiso socialmente responsable	Pertenencia al MERCADO SOCIAL DE MADRID, compromiso mediambiental (ropa sostenible, tarjetas ecológicas...).
Facturación 2014	12.000 € aprox.
Sujeto entrevistado	Alejandro Corroto Moñino.
LOGOS DE LA EMPRESA	
 <p>MENSAJERÍA URGENTE EN BICICLETA RÁPIDO, EFICAZ Y SOSTENIBLE</p>	

16º PERFIL	
Nombre de la empresa	Asociación Punto y Coma. Comunicación y Prensa. Periódico Diagonal.
Sector empresarial	Periodismo.
Domicilio	Calle de la Fe, 10. Madrid.
Fecha de constitución	2005.
Forma jurídica de la empresa	Asociación.
Fecha de la entrevista	2 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	15 trabajadores.
Teléfono	911 841 847
É-mail	administracion@diagonalperiodico.net
RRSS/web	www.diagonalperiodico.net
Stakeholders más importantes	Los suscriptores y trabajadores.
Compromiso socialmente responsable	
Facturación 2014	290000€ aprox.
Sujeto entrevistado	Julián Vadillo Muñoz.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

17º PERFIL	
Nombre de la empresa	PROYECMÁTICA.
Sector empresarial	Diseños electrónicos y telecomunicaciones.
Domicilio	Avda. Monforte de Lemos, nº 73, local 2 Madrid 28029
Fecha de constitución	12 de febrero de 2004
Forma jurídica de la empresa	S.L.
Fecha de la entrevista	5 de febrero de 2015
Número de trabajadores	2 trabajadores a jornada completa + 1 trabajador a tiempo parcial.
Teléfono	912 247 421
É-mail	proyecmatica@proyecmatica.com
RRSS/web	www.proyecmatica.com
Stakeholders más importantes	Internos: trabajadores y familias de los mismos. Externos: (1) empresas de economía solidaria con las que se comparte proyecto social (Itaca, Fundación Alter y Solitec); (2) colaboradores tecnológicos (Soluciones con microprocesador, Dofertrónica); (3) redes a las que se pertenece (REAS, Mercado social de Madrid y Foro Microutopías); (4) clientes (Tecnitex, TeCoMa, CEMUSA, Indra, Clear Channel, ...); (5) proveedores (3Bymesa, Tubimaer, CENVALSA, NCAB, Olfer, Digikey...).
Compromiso socialmente responsable	1.- Integración laboral: Contrato fijo a tiempo parcial persona con minusvalía psíquica. 2.- Lógica de las necesidades no de la acumulación: Salarios basados en las necesidades de cada familia, si hay excedentes se revierten en la empresa. 3.- Autogestión: Horizontalidad en toma de decisiones. 4.- Social: Preferencia en la selección de proyectos por su utilidad social. 5.- Compromiso ambiental: reparación de equipos, diseños con normas de respeto al medio ambiente y reciclaje. 6.- Integración en redes sociales: somos miembros de REAS, Mercado social de Madrid y Foro Microutopías
Facturación 2014	315.245,94€.
Sujeto entrevistado	Joaquín García Arranz.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

18º PERFIL	
Nombre de la empresa	SERYES, Correduría de Seguros.
Sector empresarial	Correduría de Seguros.
Domicilio	C/ Valverde, 13, 5º pta 28004. Madrid.
Fecha de constitución	Febrero de 1984.
Forma jurídica de la empresa	Sociedad de Cooperativa.
Fecha de la entrevista	20 de enero de 2015.
Número de trabajadores	Más de 10 trabajadores.
Teléfono	608 412 403.
É-mail	luis@seryes.com
RRSS/web	www.seryes.net
Stakeholders más importantes	Clientes y trabajadores.
Compromiso socialmente responsable	<p>1.- CONSTRUCCIÓN (Responsabilidad Civil, Todo Riesgo, Daños, Afianzamiento de cantidades...)</p> <p>2.- ENERGÍA, en todas sus vertientes (tradicionales y renovables) cubriendo en ese campo todas las variedades (Responsabilidad Civil, Lucro Cesante, Transporte, Flotas vehículos, etc.).</p> <p>3.- EDUCACIÓN, así como las llamadas PYMES, muy especialmente en el campo de la llamada Economía Social donde Seryes es referente obligado en la Zona Centro de España.</p>
Facturación 2014	Entre 250.001 y 750.000€.
Sujeto entrevistad	Luis Ángel Marchand Prados.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

19º PERFIL	
Nombre de la empresa	MISSATGERS TRÈVOL SCCL
Sector empresarial	Servicios (Mensajería y Limpieza)
Domicilio	C/Antonio Ricardos 14 bajos. 08027 Barcelona.
Fecha de constitución	Año 1984.
Forma jurídica de la empresa	S.C.C.L (Sociedad Cooperativa Catalana)
Fecha de la entrevista	16 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	16 trabajadores.
Teléfono	685 490 211-934 988 070.
É-mail	comercial@trevol.com
RRSS/web	www.trevol.com
Stakeholders más importantes	Los socios de la cooperativa y clientes del sector social y sector institucional.
Compromiso socialmente responsable	<p>1.- Busca la calidad, entendida como la máxima satisfacción al mínimo coste, en una dimensión global para los servicios a nuestros clientes/as tanto de Mensajería como de Limpieza, para las condiciones socio-laborales y para la sociedad en general, aplicando el sistema cooperativo con sensibilidad ecológica.</p> <p>2.- Empresa de ecomensajería en el estado español, actualmente en bicicleta y, con vehículos eléctricos y de una forma autogestionada.</p> <p>3.- Colaboración en redes de Economía social como la XES, Grup Ecos o Federación de cooperativas de Catalunya.</p>
Facturación 2014	714.586,34 €.
Sujeto entrevistado	Eduard Sabadell Soldevila.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

20º PERFIL	
Nombre de la empresa	ZABALTEGI JUDIZMENDI SLU
Sector empresarial	Hostelería.
Domicilio	OFICINAS CENTRALES: C/Errekatziki,35,bajo 01003 Vitoria-Gasteiz.
Fecha de constitución	1 de marzo de 2005
Forma jurídica de la empresa	Sociedad Limitada Unipersonal. (Pertenencia Asociación Instituto de Reintegración Social de Álava)
Fecha de la entrevista	23 de febrero de 2015.
Número de trabajadores	31 TRABAJADORES: 22 personas en proceso de inserción laboral y 9 personas fijas como trabajadores normalizados.
Teléfono	945 003 405 – 658 759 399
E-mail	info@zabaltegi.org
RRSS/web	www.zabaltegi.org
Stakeholders más importantes	1.- GIZATEA: Asociación de Empresas de Inserción del País Vasco 2.- REAS: Red de Economía Alternativa Y Solidaria 3.- SEA: Afiliación con Asociación de empresarios alaveses. 3.- GRUPO IRSE: Asociación Instituto de reintegración social de Álava junto con otras dos empresas de inserción.
Compromiso socialmente responsable	1.- Fomentar la inclusión social y laboral de personas en situación o riesgo de exclusión social. 2.- Fomentar la activación laboral de los jóvenes.
Facturación 2014	1.150.000 €.
Sujeto entrevistado	Ildefonso Urkijo Castillo.
LOGOS DE LA EMPRESA	
	

BIBLIOGRAFÍA

- ABBÀ, G. (1996): *Quale impostazione per la filosofia morale? Ricerche di filosofia morale-I*, Roma, LAS.
- AGUILAR LOZANO, J. F. (2007): “Códigos éticos y auditorías éticas” en, *Veritas II*, 17.
- AGUSTÍN, S. (1979): *Confesiones*, Madrid, BAC.
- AKTOUF, O (2004): *La estrategia del avestruz: post-globalización, management y racionalidad económica*, Colombia Universidad del Valle.
- ALBERTOS, J. E. (2008): *El mal en la filosofía de la voluntad de Paul Ricoeur*, Pampola, EUNSA.
- ALEXY, R. (1995): “A theory of practical discourse”, en: S. Benhabib, S. – Dallmayr, F, eds., *The comunicativa ethics controversy*, Cambridge, The MIT press.
- ALONSO L. E. (2003): *La mirada cualitativa en sociología*, Madrid, Fundamentos.
- ALTHEIDE, D.L. – JOHNSON, J.M (1994): “Criteria for Assessing Interpretive Validity in Qualitative Research”, en: DENZIN, N.K – Lincoln, Y.S, Eds, *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, California.
- ÁLVAREZ-GAYOU, J.L. (2005): *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, Barcelona, Paidós.
- ANDERSON, J. - NARUS, J. A. (1990): “Model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships”, en: *Journal of Marketing*, 54 (Enero).
- ÁNGEL VEGA, J. L. (2009): *Responsabilidad social y principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información de la empresa*, Madrid, ESIC.
- APEL, K. O. (1985): *La transformación de la filosofía*, Madrid, Taurus.
- _____ (1995): *Teoría de la verdad y ética del discurso*, Barcelona, Paidós.
- _____ (2000): “First Things First. Der Begriff primordialer Mit-Verantwortung. Zur Begründung einer planetaren Makroethik”, en: M. Kettner (Ed.), *Angewandte Ethik als politikum*, Frankfurt, Suhrkamp.
- _____ (2007): *La globalización y una ética de la responsabilidad. Reflexiones filosóficas acerca de la globalización*, Buenos Aires, Prometeo.
- ARANGUREN, J. L. (1986): “Prólogo”, en: Cortina, A., *Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica*, Madrid, Tecnos.
- _____ (1958): *Ética*, Madrid, Alianza.
- ARISTÓTELES (2007): *Política*, Libro I, Madrid, Austral.
- _____ (2008): *Ética a Nicómaco*, Madrid, Alianza editorial.
- BAYLE, P. (1826): *An historial and critical Dictionay*, London, Hunt and clark.
- BENDASSOLLI, P. – GONDIM, S. (2014): “Significados, sentidos e função psicológica do trabalho: Discutindo essa tríade conceitual e seus desafios metodológicos”, en: *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32 (1).
- BERGER, P. L. - LUCKMAN, TH. (1972): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- BETHENCOURT PÉREZ, O.R. (2015): *Motivaciones, directivos y RSC*, Madrid, Fundación EOI.

- BITTENCOURT MEIRA, F. (2010): "Business ethics in movement: tracing the limits of the field", en: *Revista Gestão e Planejamento*, 11 (1) Salvador.
- BOBBIO, N. (1985): *El futuro de la democracia*, Barcelona, Plaza&Janes editores.
- BUBER, M. (1995): *Yo y Tú*, Madrid, Caparrós.
- BURROWS, R. (1944): *Words and phrases judicially defined*, Vol. 4, London, Ed. Butterworth.
- CAMACHO, I. - et ali (2013): *Ética y responsabilidad empresarial*, Bilbao, Desclee.
- CARDONA, J. M. (2006): *Liderazgo y gestión por 8 hábitos. Del miedo a la confianza*, Madrid, Díaz de Santos.
- CARNEIRO, M. (2004): *La Responsabilidad Social Corporativa interna: la "nueva Frontera" de los Recursos Humanos*, Madrid, ESIC Editorial.
- CARROL, A. B. (1996): *Business and society: ethics and stakeholders management*, Cincinnati, ITF.
- CEM (2010): *Guía práctica de innovación para Pymes. Acuerdo de responsabilidad social por la economía, la innovación y el empleo en la provincia de Málaga*.
- CHANTRAINE, P. (1968): *Dictionnaire étymologique de la langue grecque. Historie des mots*, París. Disponible, en: https://archive.org/stream/Dictionnaire-Etymologique-Grec/Chantraîne-DictionnaireEtymologiqueGrec_djvu.txt [conectado: 15 de mayo de 2015].
- CHATELET, F. (1992): *Una historia de la razón: conversaciones con Émile Noël*, Valencia, Pre-textos.
- CHOZA, J. (1978): *Conciencia y afectividad. Aristóteles, Nietzsche, Freud*, Pamplona, EUNSA.
- COHEN, D. (2010): *Las prosperidades del mal: una introducción (inquieta) a la economía*, Madrid, Taurus.
- COMISIÓN EUROPEA (2001): *Libro Verde Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*.
- COMISIÓN EUROPEA (2011): *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*.
- CONILL, J. (1988): *El crepúsculo de la Metafísica*, Barcelona, Anthropos.
- _____ (1991): *El enigma del animal fantástico*, Madrid, Tecnos.
- CORDERO, C. (2010): "Introducción", en: *ORSC*, pp. 5-15; González Muntadas, J. (2013): "Desde la experiencia sindical. Una mirada a la RSC", en: *Cátedra Inditex-Universidad A Coruña de Responsabilidad Social*. Disponible, en: <http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/10/secciones/tematica/pdf/04-rsc-desarrololocal.pdf> type="application/pdf">. [Conectado: 1 de diciembre 2014].
- COROMINAS, J. (1987): *Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana*, Madrid, Gredos.
- CORTINA, A. – CONILL, J. (1998): *Democracia Participativa y Sociedad Civil. Una ética Empresarial*, Bogotá, Siglo del Hombre Editores.
- CORTINA, A. – MARTÍNEZ NAVARRO, E. (2008): *Ética*, Madrid, AKAL.
- CORTINA, A. (1988): *Razón comunicativa y responsabilidad solidaria. Ética y política en K.O. Apel*, Salamanca Ed. Sígueme.
- _____ (1993): *Ética aplicada y filosofía radical*, Madrid, Tecnos.
- _____ (2000): "La ética discursiva" en: Camps, V., ed., *Historia de la ética. La ética contemporánea*, Vol III, Barcelona, Crítica.

- _____ (2004): “Las tres edades de la ética empresarial, en: *Construir confianza: Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta.
- _____ (2004): “Una ética transnacional de la corresponsabilidad”, en: V. Serrano, V., dir., *Ética y globalización*, Madrid Biblioteca Nueva.
- _____ (2008): *Ética empresarial. Claves para una cultura empresarial*, Madrid, Trotta.
- CRAGNOLINI, M. B. (1993): *Imaginativa Razón. Identidad y ética en la obra de Paul Ricoeur*, Buenos Aires, Almagesto;
- CRUZ, M. (1999): *Hacerse cargo. Sobre responsabilidad e identidad personal*, Barcelona Paidós.
- _____ (2000): “Los filósofos y la responsabilidad moral”, en: *AFDUAM* 4.
- _____ (2000): “Responsabilidad, responsables y respondones”, en: Bertomeu, M. J. – Gaeta, R. – Vidiella, G., comps., *Universalismo y multiculturalismo*, Buenos Aires Eudeba.
- CSR Europe y DG, (2003): “Fomentar la responsabilidad y la Acción social de las Pymes en España. Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea.
- CYERT M. – MARCH J. G. (1963): *A Behavioral theory of the firm*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.
- DE ÁNGEL YAGÜEZ, R. (2002): “Sobre las palabras «responder», «responsable» y «responsabilidad»”, en: *Estudios de Deusto*, 50/1 (enero-junio), Bilbao.
- DE DEGEORGE, R. T. (1995): *Business Ethics*, New Jersey, Prentice Hall.
- DE MIGUEL CORRALES, M.L. (2011): “La Responsabilidad Social empresarial en la pequeña y mediana empresa. Guía de Buenas Prácticas”, en: *Proyecto IMPULSA RSE-PYME* (abril).
- DESCARTES, R. (1979): *Discurso del Método*, Madrid, Alianza editorial.
- DÍAZ, A. (2009): “La ética de la virtud y la bioética”, en: *Revista Colombiana de Bioética* (enero-junio).
- DÍAZ, F. *et alii* (2011): “Evaluación de prácticas de responsabilidad social corporativa: comparación de las empresas españolas y chilenas”, en: *Fundación Carolina-CeALCI*, Madrid, 61 (julio).
- Dictionnaire de l'Académie française. Disponible, en: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k50410d/f635.image> [Conectado: 14 de mayo de 2015].
- DIRCOM (2010): *Guía para la gestión de la RSE en una Pyme*.
- DOMINGO MORATALLA, T. (1995): *Creatividad, ética y ontología. La fenomenología hermenéutica de Paul Ricoeur*, Tesis de Doctorado, Universidad Pontificia de Comillas, Madrid.
- DUNS ESCOTO, J. (1960): *Obras del Doctor sutil Juan Duns Escoto*, 2 vols, Madrid, BAC.
- DURCKER, P.F. (2004): *La sociedad postcapitalista*, Bogotá, Norma.
- ECHEVERRÍA, X. (1998): *Ética Básica*, Bilbao, Universidad de Deusto.
- ELLACURÍA, I. (1991): *Filosofía de la realidad histórica*, Madrid, Trotta; Ellacuría, I. (1994): *El compromiso político de la filosofía en América Latina*, Bogotá, El Búho.

- ENDERLE, G. (2003): "Competencia global y responsabilidad de las Pymes", en: Cortina A., dir., *Construir confianza. La ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta.
- ERNOUT, A. - MEILLET, A. (1979): *Dictionnaire étymologique de la langue latine (Histoire des mots)*, Paris, Klincksieck.
- ESPÓSITO R. (2009): *Tres ensayos sobre una teoría im-política*, Buenos aires, Ediciones del Signo.
- ETXEBERRÍA MAULEON, X. (1995): *Imaginario y derechos humanos desde Paul Ricoeur*, Bilbao, Desclee de Brouwer.
- ETZIONI, A. (1999): "Introducción", en: *La Nueva Regla de Oro*, Barcelona, Paidós.
- FERNÁNDEZ DAZA, E. (2011): "La responsabilidad social de las empresas como estrategia de salida de la crisis", en: *VI Congreso Internacional Rulescoop - IV Jornadas técnicas "Soluciones de la Economía Social y Solidaria a un mundo en Crisis"*, Fundación Universitaria de San Gil, Unisangil, San Gil, Santander, Colombia.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, R. (2005): *Obligaciones de la empresa con la sociedad*, Alicante, ECU.
- FERNÁNDEZ, E. – JUNQUERA, B. – DEL RÍO, J. A. (2008): *Iniciación a los negocios. Aspectos directivos*, Madrid, Paraninfo.
- FERNÁNDEZ, J. L. (1999): *Ética, Responsabilidad social y Modelos de Empresa*, Madrid, Universidad Pontificia Comillas.
- FERRAZ FAYOS, A. (1988): *Zubiri: el realismo radical*, Madrid, Cincel.
- FLECHA, J. R. (1999): *Teología moral fundamental*, Madrid, BAC.
- FORCELINI, A. (1871): *Totius Latinitatis Lexicon*, Vol. 5, Prati.
- FRIEDMAN, M. (1970): "The social responsibility of businnes is to increase its profits", *The New York Times Magazine*, 13 de septiembre.
- GALÁN, J. I. et alii (2012): *Reflexiones sobre la Responsabilidad social corporativa en el siglo XXI*, Universidad de Salamanca.
- GALFIONE, V. et ali (2008): *Política y sociedad*, Córdoba, Ed. Brujas.
- GARAVAN, T.H. et ali (2010): "Establisshing strategic CSR in SMEs: an Austrian CSR quality seal to substantiate the strategic CSR performance", en: *Sustainable development*, 8.
- GARCÍA ECHEVARÍA, S. – LATHMAN, CH. (1992): *Management de los RRHH en la empresa*, Madrid Díaz de Santos. O véase también, en: García Echevaría, S. (1993): *La ética de las instituciones económicas y empresariales*, Madrid, IDOE.
- GARCÍA-MARZÁ D. (1996): "Los códigos éticos en la empresa", en: García-Marzá D., comp., *La ética como instrumento de gestión empresarial*, Publicacions de la Universitat Jaume I.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (2004): "Confianza y poder: la responsabilidad moral de las empresas de comunicación", en: Cortina, A., ed., *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta.
- GÉLIMIER, O. (1991): *Ética de los negocios*, Ciudad de México, CDN-Limusa.
- GOFF, J. LE. (1990): *Time, work, and culture in the middle ages*, Chicago, University of Chicago Press.

- GOFFMAN, L (1967): *Intereaction ritual. Essays on face-to-face behavior*. New York, Anchor Books.
- GONZÁLEZ LÓPEZ, L. (2007), “Humanismo y gestión humana: una perspectiva de interpretación para el trabajo social aplicado al campo laboral”, en: *Revista Eleuthera*, 1 (enero-diciembre).
- GONZÁLEZ, E. (2000): “La gestión de la responsabilidad basada en el enfoque de los stakeholders”, en: G. Sichar, G., coord. *La empresa socialmente responsable. Ética y empresa*, Madrid, Fundación Cideal.
- _____ (2001): *La Responsabilidad Moral de la Empresa: una revisión de la teoría de los Stakeholders desde la Ética Discursiva*, Tesis Doctoral, Universitat Jaume I. Castellón.
- GONZÁLEZ-CARVAJAL, L. (1996): *Ideas y creencias del hombre actual*, Santander, Sal Terrae.
- GUARIGLIA, O. (1996): *Moralidad. Ética universalista y sujeto moral*, Buenos Aires, FCR.
- HABERMAS, J (1985): *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, Península.
- _____ (1997): “¿Qué significa pragmática universal?”, en: Habermas, J, *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*, Madrid, Cátedra.
- _____ (1986): *Ciencia y técnica como “ideología”*, Madrid, Ed. Tecnos.
- _____ (1991): *Escritos sobre moralidad y eticidad*, Barcelona, Paidós.
- _____ (1996): “Ética del Discurso. Notas sobre un programa de fundamentación”, en: *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, Península.
- _____ (1996): *La necesidad de revisión de la izquierda*, Madrid, Tecnos.
- _____ (2000): *Aclaraciones a la ética del discurso*, Madrid, Trotta.
- _____ (2000): *Ensayos políticos*, Barcelona Edicions 62.
- HIZTEGIA, E. (1996): *Euskara-Gaztelania/Castellano-Vasco* Usurbil.
- IBARRA, A. – LEÓN, O., eds. (2003): *Cuestiones ética en ciencia y tecnología en el siglo XXI*, Ciudad de México, Biblioteca Nueva.
- INGARDEN, R. (2002): *Sobre la responsabilidad*, Madrid, Editorial Española.
- JACOBSEN, H. K. (2004): “Ética luterana”, en: Atkinson, D. J. – Field D. H., coords., *Diccionario de ética cristiana y teología pastoral*, Barcelona, CLIE.
- JIMÉNEZ ARAYA, T., ed., et ali (2010): *Hacia una nueva ética económica global. Innovación vs Statu quo*, Madrid, Huygens.
- JONAS, H. (2008): *El principio de responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, Barcelona, Herder.
- MANNHEIN, K. (1987): *Ideología y utopía. Introducción a la sociología del conocimiento*, México DF, FCE.
- KAUFMAN, H. (1964): “Organization Theory and Political Theory”, *The American Political Science Review*, 58 (1).
- KOHLBERG, L. – POWER, C. (1981): “Moral development and religious thinking and the question of seventh stage”, en: Kohlberg, L., *Essays on moral development*, Vol. I., London, Harper and Row.
- KÖHLBERG, L. (1992): *Psicología del desarrollo moral*, Bilbao, Desclée.
- KRICK, TH. et ali (2006): *El compromiso con los “stakeholders”. Manual para la práctica de las relaciones públicas con los grupos de interés*. Disponible, en: www.accountability.org.uk; www.StakeholderResearch.com, o www.uneptie.org. [Conectado: 17 de noviembre de 2014].

- KÜNG, H. (1990): “Lo humano como criterio ecuménico fundamental”, en: *Revista Concilium* 228.
- LEMM, V. (2009): “Nietzsche y libertad individual: Rawls, Cavell y el debate sobre el valor del perfeccionamiento para la democracia”, en: *Alpha* 28 (julio).
- LÉVINAS, E. (1987): *De otro modo de ser o más allá de la esencia*, Salamanca, Ed. Sígueme.
- _____ (1993): *El tiempo y el otro*, Barcelona, Pensamiento contemporáneo.
- _____ (2002): *Totalidad e infinito*, Salamanca, Sígueme.
- _____ (2008): *Ética e Infinito*, Madrid, La Balsa de la medusa.
- LEWIS, C. T. – SHORT, C.: *A Latin dictionary*. Disponible, en: www.perseus.tufts.edu/lexica.html. [conectado: 15 de mayo de 2015].
- LIBRO VERDE (2001): “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, Unión Europea. Disponible, en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>. [Conectado: 29 de noviembre de 2014].
- LIETAER, B. (2001): *El futuro del dinero*, Londres, Casa Arbitraria.
- LLANO CIFUENTES, C. (1994): *El nuevo empresario en México*, Ciudad de México Fondo de Cultura Económico.
- _____ (2002): “Los desafíos éticos en la gestión directiva privada y pública”, en: *V Congreso de Ética, Negocios y Economía* IPADE (Noviembre), Ciudad de México.
- _____ (2010): “Dónde empieza y dónde acaba la responsabilidad del empresario”, en: *Revista INALDE*, n° 29 (diciembre), Bogotá.
- LOSTAO, E. (2011): *La postmodernidad absoluta. Intersubjetividad y ontología desde “Totalidad e Infinito” de Lévinas*, Granada, Comares.
- LOYOLA, W. (2011): “¿Es el Management una ciencia?”, en: *Coffe Break, opinión desde la Academia*, 7 (mayo). Disponible, en: http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/coffee_break/esmanagamentunaciencia.pdf [conectado: 7 de diciembre de 2014].
- LOZANO, J. M. (1999): *Ética y empresa*, Madrid, Trotta.
- _____ (2002): *La empresa ciudadana: un reto de innovación*, Madrid, Esade.
- _____ (2009): *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Madrid, Trotta.
- LUCAS, J. (1993): *Responsibility*, Oxford, Clarendon Press.
- MACE, G. (1988): *Guide d’élaboration d’un projet de recherche. Québec*. Les presses de l’Université Laval.
- MACINTYRE, A. (2001): *Tras la virtud*, Barcelona, Editorial Crítica.
- MARCUSE, H. (1968): *El hombre unidimensional*, Barcelona, Seix Barral.
- MARÍAS, J. (1996): *Persona*, Madrid, Alianza.
- _____ (1980): *Historia de la filosofía*, Madrid, Revista de Occidente.
- MARITAIN, J. (1968): *La persona y el bien común*, Buenos Aires, Club de lectores.
- MARTÍNEZ AMADOR, E. M. (1981): *Diccionario alemán-español español alemán*, Barcelona, Hymnsa.
- MARTÍNEZ HERRERA, H. (2011): *Liderazgo responsable*, Bogotá, ECOE.
- MARTÍNEZ HUERTA, M. (2000): *Ética con los Clásicos*, Ciudad de México, Editorial Plaza y Valdés.
- MARX, K. – ENGELS, F. (1964): *Sobre arte y literatura*, Buenos Aires Revival.

- MARX, K. (1979): "Prólogo", en: *Contribución a la Crítica de la Economía Política*, Ciudad de México, Ediciones de Cultura Popular.
- MASIÁ CLAVEL, J. – DOMINGO MORATALLA, T. – OCHAITA VELILLA, A. (1998): *Lecturas de Paul Ricoeur*, Madrid, Universidad Pontificia de Comillas.
- MAUSS, M. (2009): *El ensayos sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*, Buenos Aires, Katz editores.
- MAY, R. (1985): *Amor y voluntad*, Barcelona, Gedisa.
- MAYER, R. - OUELLET, F. (1991): *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*. Boucherville, Gaëtan Morin Éditeur.
- MELINA, L. - NORIEGA, J. - PÉREZ-SOBA, J. J. (2007): *Caminar a la luz del amor. Los fundamentos de la moral cristiana*, Madrid Palabra.
- MELINA, L. (2006): "La verdad sobre el bien", en: Melina, L. - Noriega, J. - Pérez-Soba, J.J., *La plenitud del obrar cristiano. Dinámica de la acción y perspectiva teológica de la moral*, Madrid, Palabra.
- DE MIGUEL CORRALES, M. L. (2011): "La responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa. Guía de buenas prácticas", en: *Proyecto IMPULSA RSE-PYME* (abril).
- MITXELENA, L. (1993): *Diccionario General Vasco-Orotariko Euskal Hiztegia*, Vol. 6, Bilbao, Real Academia de la Lengua Vasca.
- MOLINARO, A. (1986): "Responsabilidad", en: Rossi, L. – Valsecchi, A., coor., *Diccionario Enciclopédico de Teología Moral*, Madrid, Ed. Paulinas.
- MOORMAN, C. – ZALTMAN, G. – DEHPANDÉ, R. (1992): "Relationships between providers and users of market research. The dynamics of trust within and between organizations", en: *Journal of marketing research*, 29 (Agosto).
- MORENO, C. M. (2008): "Ética empresarial y liderazgo responsable", en: Granda Revilla, G. – Camisón, C., dir., *El modelo de empresa del siglo XXI: hacia una estrategia competitiva y sostenible*. Forética, 6 (enero).
- MORRÓN RIBERA, J. –VIDAL MARTÍNEZ, I. (2005): *Responsabilidad Social Corporativa*, Madrid Fundación Confemetal Ed.
- MUNGUÍA, S. (2001): *Nuevo diccionario etimológico latín-español y de las voces derivadas*, Bilbao, Universidad de Deusto.
- MURILLO, D. – LOZANO, J. M. (2006): "SMEs and CSR: an approach to CSR in their own words", en: *Journal of Business ethics*, 67.
- NICOLAIDES, A. (2006): "The implementation of environmental management towards sustainable universities development as an ethical imperative, en: *International Journal of Sustainability in higher education*, 7.
- NIELSEN, T. M. (1990): "Jürgen Habermas: morality, society and ethics", en: *Acta sociológica*, 33 (2).
- NIETZSCHE, F. (1993): *La genealogía de la moral*, Madrid, Alianza.
- NOCETI, M. V. (1995): *Diccionario bilingüe de terminología jurídica (italiano-español, español-italiano)*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot.
- OIT-IIEL, *Informe sobre los salarios en el mundo 2013: los salarios y el crecimiento equitativo*. Disponible en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--omm/documents/publication/wcms_195244.pdf. [Conectado: 12 de diciembre de 2014].
- ORTEGA Y GASSET, J. (1981): *El hombre y la gente*, Madrid, Revisa Occidente-Alianza.

- PANNENBERG, W. (1986): *Eclesiología y ética*, Salamanca, Sígueme.
- PANTALEÓN PRIETO, F. (1996): *La responsabilidad civil de los auditores: extensión, limitación, prescripción*, Madrid, Civitas.
- PEÑA, J. (2002): *La poética del tiempo. Ética y estética de la narración*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria.
- PÉREZ-SOBA, J. J. (2006): “La persona y el bien”, en: Melina, L. – Noriega, J. – Pérez-Soba, J. J., *La plenitud del obrar cristiano: dinámica de la acción y perspectiva teológica de la moral*, Madrid, Palabra.
- _____ (2004): “Responsabilidad e interpersonalidad”, en: Melina, L. – Granada, D., eds., *Limiti alla responsabilità? Amore e giustizia*, Roma, Lateran University Press.
- PINKAERS, S. T. (2001): *La moral católica*, Madrid Rialp.
- POST, J. E. et alii (2002): *Redefining the corporation*, Standford, Standford University Press.
- PRIETO EGIDO, M. (2002): “La educación en la responsabilidad: entre el pensar y el sentir”, en: *XII congreso Internacional de la Teoría de la Educación*, Universitat de Barcelona.
- PUERTA, J. F. (2012): “La RSE en la tormenta perfecta”, en: EsF, “La RSE ante la crisis”, *Dossiers EsF*, 4. Economistas sin Fronteras (enero).
- RABOSSA, E. (1991): “El fenómeno de los derechos humanos y la posibilidad de un nuevo paradigma teórico”, en: Sobrevilla, D., comp., *El derecho, la política y la ética*, Ciudad de México, siglo XXI.
- RAWLS, J. (1993): *Political Liberalism*, Nueva York Columbia University Press.
- _____, (2008): *Teoría sobre la justicia*, Ciudad de México. FCE.
- REALE, G. - ANTISERI, D. (1995): *Historia del pensamiento filosófico y científico, I. Antigüedad y Edad Media*, Barcelona, Herder.
- RICOEUR, P (1996): *Sí mismo como otro*, Madrid, Ed. Siglo XXI.
- _____ (2011): *Finitud y culpabilidad*, Madrid, Trotta.
- _____ (1987): *Del texto a la acción. Ensayos de hermenéutica*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica.
- _____ (1987): *Tiempo y Narración II*, Madrid, Ed. Cristiandad.
- _____ (1989): “La vida: un relato en busca de narrador”, en: Ricoeur, P., *Educación y política*, Buenos Aires Ed. Docencia.
- _____ (1994): “Postfazione”, en: Lenoir, F., ed., *Il tempo della responsabilità*, Torino, Soicetà Editrice Internazionale.
- _____ (1995): *La critique et la conviction. Entretien avec François Azouvi et Marc de Launay*, Paris Calmann-Lévy.
- _____ (1995): *Réflexion faite. Autobiographie intellectuelle*, Paris, Éspirit.
- _____ (1997): *Lo justo*, Santiago de Chile, Editorial jurídica de Chile.
- _____ (1999): *Historia y narratividad*, Barcelona, Paidós.
- _____ (2004): *Caminos del reconocimiento*, Madrid, Trotta.
- _____ (2008): *Lo justo 2. Estudios, lecturas y ejercicios de ética aplicada*, Madrid, Trotta.
- _____ (1990): *Amor y justicia*, Madrid, Caparrós.
- _____ (2005): *Caminos del reconocimiento*, Madrid, Trotta.
- _____ (1995): *La critique et la conviction. Entretien avec François Azouvi et Marc de Launay*, Paris, Calmann-Lévy.

- RIVERO TORRE, P. (2006): “La Responsabilidad social Corporativa en las Pymes”, en: *Lan Harremanak*, nº 14.
- ROBBINS, S. P. – JUDDE, T. A. (2009): *Comportamiento organizacional*, México, Pearson Education.
- RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, J. M. (2010): “Evangelio de la riqueza y crisis de la Responsabilidad Social Empresarial”, en EsF, “La RSE ante la crisis”. *Dossieres EsF*, 4. Economistas sin Fronteras (enero).
- ROSER HERNÁNDEZ, I. (2005), “Guía de la Responsabilidad Social Corporativa para las Pymes”, en: *Fundación el Monte* (2005).
- ROTTER, J. B. (1995): “A new scale for the measurement of international trust”, en: *Journal of personality*, 35 (4).
- RSE y PTME (2009): *Del discurso a la implementación. Una perspectiva europea*. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. (2012): *Metodología de investigación cualitativa*, Bilbao, Universidad de Deusto.
- SÁNCHEZ GALÁN, J. R. (2011): *La empresa humana. Las organizaciones y el hombre*, Madrid, Visión Libros.
- SÁNCHEZ, M. J. (2008): “Ética y profesión: la responsabilidad en términos de prudencia responsable. El caso de la psicología”, en: *Fundamentos en Humanidades*.
- SANCHIS, E. (2011): *Trabajo y paro en la sociedad postindustrial*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- SARTRE, J. P (1950): *Situations, II*, Buenos Aires, Editorial Losada.
- _____ (1954): *El ser y la nada*, Buenos Aires Iberoamericana.
- SAUQUET, A. – LOZANO, J. M. (1999): “Integrating Business and Ethical values through practitioner dialogue”, *Journal of business ethics*, 22, 3 (november II).
- SAVATER, F. (2002): *Ética y ciudadanía*, Madrid, Monte Ávila Editores Latinoamericanos.
- SAYÉS, J. A. (2003): *Teología moral fundamental*, Valencia, Edicep.
- SCHELER, M. (2000): *El formalismo en la ética y la ética material de los valores*, Madrid, Caparrós.
- _____ (2010): *Amor y Conocimiento y otros escritos*, Madrid, Palabra.
- SCHIPIANI, S. (2000): “Apuntes sobre el origen del término responsabilidad”, en: *Revista de responsabilidad civil y seguros*, Año II, nº VI (noviembre-diciembre), Buenos Aires.
- SCHWARTLÄNDER, J. (1979): “Responsabilidad”, en: H. Krings, H. et alii, coords., *Conceptos fundamentales de filosofía*, Barcelona, Herder.
- SEARLE, J. (2001): *Mente, lenguaje y sociedad. La filosofía en el mundo real*, Madrid, Alianza Editorial.
- SERVER, R. J. – CAPÓ, J. (2009): “La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas”, en: *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública. Social y Cooperativa*, 65, Valencia. Disponible, en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17412326002>. [Conectado: 1 de diciembre de 2014].
- SHAW, W. H. (1996): “Business ethics today: a survey”, en: *Journal of Business ethics* 15, Netherlands, Kluwer Academic Publishers.

- SPENCE, L. (1999): "Does size matter? The estate of the art in small business ethics", en: *Business Ethics a European Review*, 8 (9).
- SPENCE, L. – LOZANO, J. M. (2000): "Communicating about ethics with small firms: experiences from the UK and Spain", en: *Journal of Business Ethics*, 27.
- STRAWSON, P. F. (1992): *Libertad y resentimiento*, Ciudad de México, IF-UNAM.
- SUÁREZ, M. *et ali* (2011): "Guía de Responsabilidad Social Corporativa para Pymes", en: ONGAWA; IZATE (2010): *Guía para la implantación de la RSE en la empresa*".
- TAYLOR, F. W. (1973): *Principios de la administración científica*, Buenos aires, El Ateneo.
- TAYLOR, S.J. - BOGDAN, R. (1996): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Barcelona, Paidós.
- TREMBLAY, M. A. (1968): *Initiation a la recherche dans les sciences humaines*. McGraw-Hill Montréal.
- TULEJA, T. (1987): *Más allá de la cuenta de los resultados. Cómo los líderes empresariales están convirtiendo la ética en beneficios*, Barcelona, Plaza&Janes.
- VAN MARREWIJK, M. – WERRE, M (2003): "Multiple levels of corporate sustainability", en: *Journal of business ethics*, 44.
- VELÁSQUEZ, L. – MUNGUÍA, L. – SÁNCHEZ, M. (2005): "Deterring sustainability in higher education. An appraisal of the factors wich influence sustainabilit in higher education instutions", en: *International Journal of sustainability in higher education*, 6.
- VELÁSQUEZ, M. G. (2006): *Ética en los negocios. Conceptos y casos*, México DF, Pearson Educación.
- VEREECKE, L. (1990): *Da Guglielmo d'Ockham a sant'Alfonso de Liguori. Saggi di storia della teologia morale moderna. 1300-1787*, Milano, Edizioni Paoline.
- VIEBAHN, P. (2002): "An environmental management model for universities: from environmental guidelines to staff involvement", en: *Journal of cleaner production*, 10.
- VILLEY, M. (1977): *Esbozo histórico sobre el término responsabilidad*, Vol. 22, Paris, Editions Sirey.
- WARR, P. (1990): "The measurement of well-being and other aspects of mental health", en: *Journal of Occupational Psychology*, The British Psychological Society.
- WEBER, M. (1998): *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Madrid, ISTMO.
- _____ (2007): *La política como profesión*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- WITTGENSTEIN, L. (1989): *Los cuadernos azul y marrón*, Madrid, Editorial Tecnos.
- _____ (2002): *Investigaciones filosóficas*, Barcelona, Editorial crítica.
- _____ (2002): *Tractatus logico- philosophicus*, Madrid, Tecnos.
- SWEEZY, P.M. (1945): *Teoría del desarrollo capitalista*, FCE, México.
- ZUBIRI, X (1963): "El hombre realidad personal": *Revista de Occidente* 1, Madrid.
- _____ (1964): "El origen del hombre": *Revista de Occidente* 17, Madrid.
- _____ (1986): *Sobre el hombre*, Madrid, Alianza.

